AOUニュース

愛されるゲーム場・親しまれる業界

エー オー ユー
AOUニュース 6月号

発行人 社団法人全日本アミューズメント施設営業者協会連合会
〒101 東京都千代田区神田須田町1-4-1
TSI須田町ビル6F
TEL. 03(3253) 5671～2
FAX. 03(3253) 5688
編集人 広報委員会
発行日 平成7年6月25日

第6回 通常総会を開催（5月16日）



5月16日、第6回通常総会が開催された。（東京・赤坂プリンスホテル別館3階「クィーンホール」、午後2時～3時45分、出席者・47会員団体中の31団体、委任状7団体《表決権総数76票中の58票、委任8票》）。通常総会議案を全会一致で承認したほか、「地区協議会の地域区分変更」を原案通り承認。また駒井徳造副会長が辞任し、あらたに永井明氏が理事に就任することが決定した。駒井氏は残任期間中、顧問として尽力願うこととなった。

◆会長挨拶


入江昭造会長

「今年も景気の低迷が続いています。円高、阪神大震災、更にサリン事件等も少なからず影響をもたらしている様であります。こうした情勢は当業界にも様々な影響をもたらしています。

この様な時に当たりまして、当協会は公益法人としての内部充実を図り、メーカー各位や行政官庁、各団体のご指導、ご協力を頂きながら各地区協議会に重点を置き、各種の事業活動を展開して参りたいと思っております。

また、今年は、前会長の梅原さんの折に全国47都道府県全てに協会が結成されましたが、まだまだ協会の活動、会員の加入についても万全ではありませんので、これらの県についても各県協会にご協力を頂き、会員増強等活発な活動をお願い申し上げる次第でございます。

また、会員の皆様におかれましては、地域社会との密接な連携をとりながら、健全営業を積極的に推進されまして、社会から愛され親しまれるゲームコーナーとなる様、一層のご協力をお願い申し上げまして、簡単でございますがご挨拶とさせて頂きます」。

◆来賓挨拶


㈶全国防犯協会連合会
保良光彦専務理事

「皆さん方にはそれぞれの地域におきまして、これから伸びて行く娯楽産業の先端にあり、ご尽力されていることと思います。私共防犯協会も皆さんと密接な関連があるわけでございますので、今日はこの様な席にお邪魔した次第でございます。

皆さんもご承知かとは思いますが、全国防犯協会の姿を少しかい摘んで申し上げますと、全国には約1500の警察署があるわけですが、それぞれに地区の防犯協会があり、1257の防犯協会がございます。

そのもとに、市町村単位の協会がございまして、小さな協会まで入れますとだいたい5800位の防犯協会の組織があり、それぞれ地域の人々と密接な関連を持って活動しているわけです。

また、その他に一定の職場といいますか、業務の種類ごとにそれぞれ防犯協会とか防犯組合というのが3400位ございますから、全国では地区単位もしくは職業単位の防犯協会・組合で計算しますと9200位で活動しているわけです。

それ以外に日本では昔から「5人組」という形でそれぞれの地域におきまして自治の制度というのができておりまして、町内会、自治会、奉仕団という地域の自治組織が約27万あります。この27万の組織と防犯協会が青少年の健全育成団体を含め密接な連携を取りあって、地域社会の安全のために活動しているわけでございます。

そういう歴史と協会組織を持ちながら、私共防犯協会の活動を行なっているわけですが、社会の変化にどの様に合わせて公益的な活動をしていくか、ということが私共の課題となっているわけです。

例えば各県に暴力団追放推進センターというのがございますが、その総元締めというのが、私共の全国防犯協会が全国の暴力追放推進センターの中枢ということで担当して入っているわけです。

更に、青少年の健全育成という課題につきましても、それぞれ地域で取り組んでいるわけですが、私共全国の防犯協会もそういう課題を持っております。同時に私共の部屋に同居しております少年補導員協会というのがあります。これはそれぞれ地域でボランティアとして活動している人々の団体です。

それと共に、皆様方に大変関連があるのは環境浄化協会です。私共は国家公安委員会の指定を受けまして、環境の浄化という問題に関わっています。これは直接的には風俗営業に携わる人達と共に、またその団体と共に、その健全な営業の発展をどの様に維持していくか、ということに取り組む団体で、風俗環境浄化協会という名のもとに、地域に於いて安全で楽しめる新環

境をどの様につくっていくか、という課題に取り組んでいるわけです。

今まで一番大きかったのはパチンコです。私共は、パチンコ機械の製造団体から、その規格が適正に行なわれるように、その企業の機械設備の検査を担当しているわけです。それから各営業店につきましては、健全営業の啓蒙と共に、機械が公安委員会の検定を通っているかどうかを確認するAMマークというのを貼り、そのマークを貼った機械については適法であるから、その県の公安委員会はそのことを前提に、許可にあっては迅速化をお願いしたい、という様な活動も行なっているわけでございます。

そういうことで従来から遊戯場の方には大変長い付き合いというか、連絡を取っているのですが、皆様方のゲームセンターにつきましては、大変申し訳ありませんが、今まであまり取り組む様な事態ではなかったというところでございます。

しかし私自身、この浄化協会を担当することになりまして、各地の皆さん方の営業されている店には、誰かが必ず覗く様にしているわけですが、大変申し訳ないんですが、私自身長い間警察にいたわけですが、この様にゲームセンターが伸びている、しかも、それだけではなく、家族ぐるみ、若い人同士がこれだけ楽しんでやっている場がですね、ものすごい広がりを持っているというのは、知らなかったわけです。やはりこれに対しては真剣に取り組んでいくべきだ、という思いを強くしたわけです。

実は今年の初めに南米のエクアドルに麻薬の調査に行きました帰りに、ロサンジェルスに行き、カルフォルニア大学のロサンジェルス校に寄りましたところ、びっくりしました。大変大きなホールがあり、その2階に上がると、大きな部屋でアメリカンフットボールを学生は黒山のようになって観ている。ところがその隣りに行くと、ゲームセンターがずらっと並んでいまして、学生が本当に楽しんでやっているわけです。これはえらい時代の変化である、次の世代を担う、中心になる大学生のいる大学の中に、アメリカではゲームセンターがある。そこまで来ているか、ということになりますと、私共も真剣に取り組まなければいけない、ということを痛感したわけでございます。

全ては、最初にイメージといいますか、その業界に対するイメージというものが大切でございますので、私共も皆さんと手を携えて、皆さん方の業界が社会的により高いイメージのもとに、そして、皆さんに喜ばれる、そういう業界に発展して行く様に、私共も共に手助けさせて頂きたいと思う次第でございます。

ただひとつだけお願いしておきますのは、各県の防犯協会にも私共のいま申し上げた趣旨は伝えてあるわけでございますが、まだまだ正直いって皆さん方と共に取り組むということについて完全には理解しているとは望めない、ということもあろうかと思います。しかし、これは長い年月で良好な関係の維持にご尽力頂きたい、というのがひとつです。

第2点は、地域全体で取り組む時には是非、経営者とか管理者自らが、例えば警察署で行なわれる打ち合わせ会とか会議には、上の幹部が引き続き出て来て欲しいですね。やはり地元にしてみれば、どなたが経営しているか、どなたが責任者であるのか、顔の見えない営業では不安があります。

幸い警察署あるいは防犯協会にはたくさんの地元のリーダーといわれる方々が顔を出します。そういう席には是非出て頂き、皆様方も営業の趣旨、心構え、考えていることを出してもらう、それが地元の人々との摩擦を少なくして、地元の人々に愛される営業に繋がるのだろう、ということでございます。

こういう席でこのようなことを申し上げて誠に恐縮でございますが、皆様方と共に、業界の発展、よいイメージ確立に向けて、共に努力するということをお誓い申し上げまして、ご挨拶に変えさせて頂きます。」

◎議長指名（入江会長を指名）

◎議事録署名人選任（神奈川県組・村山理事長、岡山県協・松田会長を選任）

◎定足数確認（前出）

◎議事

①平成6年度事業報告について

②平成6年度決算報告について

③平成7年度事業計画(案)について

④平成7年度予算(案)について

右の議案につき異議なく承認される。

⑤地区協議会の地域区分の変更について

定款29条による地区協議会規定につき、①地区協議会の地域区分を、所管行政機関の区分との相当性を考慮すること。②予算補助につき、従来の「10万円」の規定を削除《各地区店舗管理者研修会等の実施に伴う増額を前提として》の2点を承認。

⑥役員変更について

駒井徳造理事（副会長）の辞任、あらたに永井明氏（㈱セガ・エンタープライゼス）を選任につき承認。（出席の永井氏受諾、挨拶）



永井 明理事

「此度役員に選任頂き、大変ありがとうございます。AOU発展のために微力ながら全力を尽くして参りたいと思いますので、駒井同様よろしくお願い致します」

⑦駒井前副会長の顧問就任について

'80年のAOU発足当時以来、AOUの発展に尽力された駒井前副会長に本来の残任期間中の顧問就任につき入江会長より発議があり、これを承認。

（駒井氏受諾、挨拶）



駒井徳造顧問

「大変恐縮でございます。私、風営法が施行されました直後に、いま最高顧問になって頂いております中西前々会長と共に、このAOUをどういう形でつくっていこうかというところから歩んでおりまして、延々10年間もお世話になりました。ありがとうございました。しばらくの間、もう助言することもないとは思うのですが、何か気がついたことがありましたら、お役に立ちたいと思っております。今後共よろしくお願い致します」。

◎意見交換

◎講演会

「レジャー白書から見たアミューズメント業界と周辺業界について」

●講師　㈶余暇開発センター研究主幹　山田　紘祥氏



山田紘祥研究主幹

◎阪神大震災援助活動に対する感謝状贈呈

●兵庫県協会謝辞

会長代行　尾上道郎氏


兵庫県協会
尾上道郎会長代行

「この場をお借りしまして、皆さんにひと言御礼を申し上げます。

1月17日の阪神大震災以来4カ月が経過しております。その節には皆様方のご厚情、厚く御礼申し上げます。協会員一同、そのご支援に意を強くして復興に邁進する決意を新たに致します。

おかげ様を持ちまして、営業再開の店舗も徐々に増えて参りました。明るさも取り戻し、その地域も増えて参りました。本来ならば皆様方お一人お一人様に御礼申し上げるところでございますが、この様な高い所で御礼申し上げることは誠に失礼かと存じますが、どうぞお許しくださいませ。

本当にあっという間の4カ月ではございましたが、復興中の身では長い長い4カ月でございました。更に何カ月、何年かかるかわかりませんが、あせらず一歩一歩、皆様方のご支援を頂いて頑張っていく所存でございます。

美しかった神戸の街、あるいは阪神間の街並みが、昔の美しい街並みに戻るまで、一所懸命頑張ります。そして、アミューズメント施設も全面復興、復旧を目指して努力して参る所存でございます。どうか今後とも、皆様方の力強いご支援とご協力を深く深くお願い申し上げます。本当にありがとうございました。」

◎メーカー8社に対し感謝状贈呈

●㈱セガ・エンタープライゼス
●㈱タイトー
●㈱ナムコ
●㈱カプコン
●コナミ㈱
●㈱バンプレスト
●㈱シグマ
●データイースト㈱


感謝状贈呈

◎特別表彰

●㈱アスモ（上田芳弘社長）
（阪神大震災に対し、生活物資の支援活動並びに被災地店舗の無料開放）

懇親会（午後5時～6時30分）

総会終了後、午後5時より1時間半、会場を別館2階「クラウンルーム」に移し、懇親会が開催された。



◎模範優良従業員表彰

●30年勤続者・3名
●20年勤続者・10名
●10年勤続者・61名
計74名（氏名は6ページに掲載）

◎来賓挨拶

●警察庁生活安全局生活環境課　瀬川勝久課長



「本日はAOU第6回通常総会で、本年度の活動方針等について審議されたということでございます。無事終了された由、心からお祝いを申し上げたいと思います。

仲々皆様方に直接お話をさせて頂く機会もなく、本日は貴重な機会でございますので、若干時間をおかりして、最近感じておりますことを申し上げてみたいと思います。

最近のゲーム機設置営業につきましては、営業所も広くなり、明るくなり、たいへん高度な最先端の技術を駆使した設備が備えられているということで、お客さんも若い人から家族連れ、あるいはお年寄りまで、大変幅広い層にわたっている、という風に思います。国民各層に親しまれる身近な娯楽の場を提供する、と着実に発展を続けておられる。この様に承知をしております。ご臨席の皆様方はじめ関係者の大変なご努力によるものだと、心から敬意を表したい、とこう思います。

この様に国民生活に密着して参りますと、地域社会との関係も深まってくるわけで、皆さん方が考えられる以上に大きな影響を社会に与えることになるのではないかと思います。

最近のゲーム機設置営業関係の業界といいますか、私共の方から見てますと、やはり残念ながらいくつかまだ問題があるのではないかと思います。

まず、特に申し上げたいのは、所謂カジノバーと称する営業が非常に増えて来ている、ということです。平成4年からこの2年間に倍々で4倍にも増えて来ている状況でございます。

健全に営まれるのであれば、何ら問題がないわけですが、賭博行為が行われている例が非常に多い。こちらの方も倍々で増えて来ているという状況で、残念に思っております。

平成6年以降、カジノバーにおける取締り検挙というのが37店舗にのぼり、その8割は許可を受けている、こういう状況になっております。大変巧妙な摘発逃れといいますか、そういう手も講じられている。

あるいは風営法の抜け道として、許可を要しない営業形態を利用して、暴力団がカジノバーを経営して賭博を行う、という様な例も出て来ております。これが最近の一番大きな問題点ではないか、と思います。

それから、前からありますゲーム機使用賭博事案、これは少なくなってきているのですが、昨年1年間で２４０店舗余り検挙されています。全てが許可営業店というわけではありませんが、残念ながらこういう状況にあります。

大変特異な例ですが、ゲーム機設置営業者がテレビゲーム機に、ゲームの結果に応じて景品の代わりに猥褻ビデオテープを入れて客集めしていた、という例もあります。

先程、中山会長（来賓・JAMMA会長）ともお話していたのですが、皆さんも経営環境が厳しくなって来て、そういう中で問題があるような営業をされる方が出てきやし

ないか、というご懸念も持っておられますが、そういったことを我々としても大変心配している状況でございます。

それから、3つ目が常に出てくる少年問題です。せっかくの場ですので具体的に申し上げさせて頂くと、昨年、許可営業所で補導された少年が1万1000人に上っているということです。許可のいらない営業所、大型スーパーなどにあるゲームコーナーですが、こういった所でも相当補導があるということです。暴力団体がそういった所から少年をピックアップして暴力団に加入させるという様な例も出ておりまして、少年の健全育成上の配慮も必要ということであります。

若干、お目出たい席にふさわしくない様なことも申し上げましたが、昭和10年の風営適正化法の施行当時から比べますと、私は大変改善されてきているのではないかと思います。

これはもう、ここにお集まりの皆様方の大変なご努力によるものだと思っておりまして、心より敬意を表したいと思っておりますが、残念ながら、基本的には大きな変化はないと言わざるを得ない状況ではないかと思います。

そういう意味で、皆様方のAOUの存在、そして活動が大変重要ではないか、と思っている次第です。すでに業界の健全化を目指して会員の研修会を開催されたり、青少年指導員養成講座といった活動を大変積極的に推進されておられるということで、その大きな成果に私共も期待をし、評価もさせて頂いているということでございます。

この機会ですので、2点だけお願いしたいと思います。ひとつは組織の拡充ということでぜひ頑張っていただきたいと思います。昨年の6月に47の全ての都道府県で会員となる組織が出来た、という風に聞いております。設立以来のAOUの念願であったと思いますが、これは言わばスタートラインではないかと思います。ようやく活動の基盤が整ったということだろうと思います。

許可店だけみましても、店舗数で私共承知している数字で1万9406店舗でございます。許可を要しないものも含めますと3万5000店舗余りになるのではないかと思います。今年度はこういった多くの営業者の意志を代表する団体としての活動に、是非して頂きたい。そのためにはその活動方針が反映し得る営業所数の増加、ということにご努力を頂くことが必要ではないか、とこう思います。

ふたつ目は、先程お耳ざわりなことも申しましたが、ゲーム機設置営業がかかえている問題点を的確に把握して活動に反映して頂く、真正面から見据え活動して頂くことが大事ではないかと思います。

業界の一部からでございますが、最近のゲーム機設置営業は健全で全く問題が無い、風営法の規制は全く必要ないのではないか、とこういうお話も若干聞こえて参ります。また規制緩和の時代だから、こういった規制は撤廃すべきだ、という声も聞こえて参ります。

ただ、先程申し上げました様な問題点、そしてこの規制というのは、所謂経済的な規制という趣旨ではないのであります。少年の健全育成なり善良の風俗なりという社会的な規制、という観点から必要最小限の規制をお願いしているつもりでございますので、こういった問題について、一部の業界の個人的問題であるとか、ということで片付けてしまって目をつむる、ということでなく、問題意識を持って、真正面から実態を見据えた活動、真の健全化へ向けての活動を皆様方にお願い出来れば、とこう思うようなわけです。

いろいろ口はばったいことを申し上げましたが、ゲーム機設置営業というのが、山田先生（㈶余暇開発センター・研究主幹）も来ておられますが、余暇時代における国民生活に与える糧といいますか、大変大きな役割りを果たすものであるという風に認識しておりますし、若干私的なことを申し上げると、私も私の家族も大変ゲームセンターのファンでございます。家族で行くことも多いわけでございます。

そういった社会に、これからの時代に果たす役割という事に、いささかも私共、認識違いをしているつもりはございません。是非皆さん方が、ゲーム機設置営業者の唯一の団体でございますので、是非リーダーシップを発揮して頂いて、営業全体の健全化に向けて大きく前進して頂く様に、心から期待しているわけであります。

警察庁と致しましても、AOUの皆さん方のと意見調整の強化、コミュニケーションの一層の強化に務めるつもりでございますし、皆さん方の進められる健全化への努力には、最大限ご協力をして参りたいと思っておりますので、是非ともご理解、ご協力を賜ります様に、お願いを申し上げたいと思います。

若干長くなりましたが、AOUの皆様方、またこの連合会の益々のご繁栄を心からお祈り申し上げまして、ご挨拶にかえさせて頂きたいと思います。

◎来賓挨拶（要旨抜粋）
JAMMA　中山隼雄会長



「やはり我々のやるべきことは、AOUの会員を増やし、真面目な会員で真面目な経営をして、健全娯楽を提供すること、そして、AOUの会員のお店はいいお店なのだと、安心なのだと、そういう認識を広めて行くこと、そして全ての健全なオペレーターがAOUの会員になる、これしか方法がないと思います。

どうかすると、こういう地味な努力が仲々うまくいかないということですが、私共いつも瀬川課長にもお叱りを受けているんですよ、「いつも、すぐにでも景品の値段を上げてほしいとか、安易な考えに走る」ということでですね。

そういうことも含めて、いろんな地道な努力を重ねていかなければならないと思います。

環境は非常に厳しうございまして、今日のアミューズメント業界でかろうじてお金を稼いでいるのは、コンピュータグラフィックスを使った最新の大型機だと思うんですが、これもかなり高額になっています。ハイテクを使うことによりかなり高額になっている。

更に困ることは、テレビゲームだけに頼っていますと、これからコンシューマの機器がどんどんレベルアップしてきます。家庭で安く、かなり高レベルのテレビゲームが遊べる様になります。更に、今後はパソコンメーカーが、我々が今やっている様なCGのグラフィックを出してくるでしょう。

こういう状況の中でどうやって生き残っていくのか、ということになりますと、やはり入っただけで楽しいというお店、大きい小さいでなく、小さい所は小さい所なりに、あそこはいい所だと、小さいから管理がいいと言われる様なお店づくり、そして、その

ためにはいろいろな細かい努力を積み重ねた経営しかないし、それを我々の業界の努力でやっていくしかない、と思っています。

　私共は日本のアミューズメントの良さ、健康なレジャーを世界に普及させようという使命感を持っております。しかし、肝心要の日本、おひざ元でガタついては、とても海外進出なんて考えられません。皆さんと協力して、まず日本でしっかりしたアミューズメントビジネスを行ない、健全な娯楽として定着させる、ということを監督官庁の瀬川課長にもご理解頂いて推進して参りたいと思っています。今後共、よろしくお願い致します」。



◎**来賓挨拶（要旨抜粋）**
ＪＡＰＥＡ　山田數夫副会長

「先日の遊園地のお客様の様子を見ていますと、ファミリーの方々や若いアベックの皆さん方が、笑いころげ、本当に心から喜び合っています。この姿を見ていますと、先程瀬川課長さんにもおっしゃって頂いた様に、私達国民の憩いの場、生き甲斐の場という言い過ぎかも知れませんが、私はそういう風に感じながら、毎日の仕事に自信をもって、誇りをもって取り組んでいるわけでございます。

　そういった意味で、今日の盛大な総会に対しまして、心からのお祝いと同時に、私達業界人が精いっぱい世界のモデルになる様に努力をしていきたい、と申し上げて、お祝いと御礼の言葉とさせて頂きたいと思います。ありがとうございました」。



第18回理事会を開催（4月25日）

第6回通常総会議案を審議
駒井副会長が辞意を表明、会長一任とする



4月25日、第18回理事会が開催された（東京ＹＭＣＡホテル307号室、午後2時～4時30分、出席者20名、委任状1名、代理1名）。

1．第6回通常総会提出議案について

①平成6年度事業報告書及び収支決算書承認の件、②平成6年度事業計画案及び収支予算案承認の件

2．平成7年度模範優良従業員表彰者承認の件

3．地区協議会の地域区分の変更について

4．その他（報告事項）

①阪神大震災被災者の義援金及び兵庫県協会への見舞金について
②店舗管理者研修会の実施について
③ＡＯＵステッカーの刷新について
④ゲーム機設置営業（8号）における景品引換券制の導入について
⑤「ゲームの日」創設について
⑥ＡＯＵアンケート調査報告
⑦「ＡＯＵ'95エキスポ」ビデオテープ（約15分）各会員団体に送付について
⑧第6回通常総会における感謝状贈呈について
⑨同・懇親会来賓について

　尚、駒井副会長より理事辞任の意向を表明。処遇について会長に一任された。

九州地区協議会
平成7年度定例総会を開催（5/25）

　5月25日、九州地区協議会（長友隆典会長）にて平成7年度定例総会が開催された。（福岡市「福岡セントラルホテル」、午後3時30分～5時30分、出席者8名＝各県より全員出席）

　ＡＯＵの入江昭造会長及び櫻井健雄専務理事の挨拶に続いて、審議にはいり、平成6年度事業報告・会計報告及び平成7年度事業計画・会計予算案が全会一致で承認された。

　また事業報告の中で、昨年7月に九州・沖縄地区で実施したＡＭ施設のイメージアップを狙った新聞広告に関連して、沖縄県会長より琉球新報（約18万部発行、平成6年7月24日付）にも同様に掲載されたことが付け加えられた。

　本年度の重点事業として、協議会一体となって会員増強と店舗管理者研修会（11月16・17日、福岡）の開催に向けて取り組んでいくことが確認された。

会議等の予定

◆ＡＭ業界3団体幹部懇談会
日時・5月31日㈬正午～
場所・ＪＡＭＭＡ会議室
◎ゲームの日、リデンプション――等について

◆東北地区協議会　第1回店舗管理者研修会
日時・6月7日㈬～8日㈭
場所・仙台市・厚生年金健康福祉センター「サンピア仙台」

◆第20回研修委員会
日時・6月8日㈭14時30分～
場所・仙台・サンピア仙台
◎平成7年度活動計画について検討

◆第24回近畿地区協議会
日時・6月16日㈮16時～
場所・梅田ＯＳホテル会議室
◎協議会会長の選任、障害者招待ゲーム大会、厚生年金基金制度――等について検討

◆関東地区協議会
日時・6月27日㈫15時～
場所・群馬県伊香保「ホテル天坊」
◎役員の選任、意見交換

◆四国地区協議会第6回総会
日時・7月13日㈭17時30分～
場所・高知県南国市・ホリデイイン高知
◎地区協議会の区域変更、店舗活性化方策――等について

平成7年度 模範優良従業員表彰者

永年ご苦労様です。これからも頑張ってください!!



◆30年勤続者（3名）

県名	会社名	氏名	入社年月日	勤続年数（年・月）
東京	㈱トーゴ	萩原 武次	40・3・5	30・0
東京	㈱トーゴ	斎藤 正治	37・7・24	30・8
大阪	㈱セガ・エンタープライゼス	斉木 安男	36・10・6	30・5

◆20年勤続者（10名）

県名	会社名	氏名	入社年月日	勤続年数（年・月）
東京	㈱セガ・エンタープライゼス	相原 由夫	49・9・3	20・6
長野	ゲームプラザニュー日の出	藤沢 肇	47・6・1	20・9
愛知	㈱サンスイ	川口 正次	49・4・2	20・11
大阪	㈱セガ・エンタープライゼス	杉原 英治	47・5・1	20・10
大阪	㈱セガ・エンタープライゼス	小林 俊夫	41・2・12	20・1
大阪	㈱タイトー	河本 健一	47・4・1	20・11
奈良	㈱ダイワサービス	加藤 俊子	50・2・16	20・1
広島	㈱プロバックス	山崎 生子	49・9・1	20・6
長崎	㈱森田エンタープライズ	坂本 武延	44・5・5	20・10
鹿児島	大見商事㈱	福田 美津子	49・7・21	20・8

◆10年勤続者（61名）

県名	会社名	氏名	入社年月日	勤続年数（年・月）
北海道	㈱ナムコ	岩谷 正弘	59・6・1	10・9
北海道	㈱ナムコ	葛西 孝行	59・6・1	10・9
北海道	㈱ナムコ	蛭藻 信子	59・6・1	10・9
青森	㈱ナムコ	奥崎 弘美	59・9・18	10・6
東京	㈱シグマ	亦平 富男	60・2・6	10・1
東京	㈱シグマ	橋本 聡仁	60・1・25	10・2
東京	㈱シグマ	村山 秀晴	60・1・16	10・2
東京	㈱シグマ	大塚 好章	59・9・3	10・6
東京	㈱シグマ	大塚 雅美	59・11・12	10・4
東京	㈱シグマ	根本 悟	59・8・1	10・7
東京	㈱シグマ	富山 真一	59・3・21	10・0
東京	㈱ジャレコ	木村 金市	59・2・21	10・1
東京	㈱セガ・エンタープライゼス	眞柄 真一	59・4・1	10・11
東京	㈱セガ・エンタープライゼス	財賀 和孝	59・4・1	10・11
東京	㈱セガ・エンタープライゼス	近藤 博幸	59・4・1	10・11
東京	㈱タイトー	田中 誠	59・4・1	10・11
東京	㈱トーゴ	宇津木アキ	59・8・16	10・7
東京	㈱トーゴ	山田 京子	59・4・2	10・11
東京	㈱トーゴ	大下 功	56・5・16	10・10
東京	㈱トーゴ	山口 勝康	58・9・16	10・6
東京	㈱トーゴ	大久保弘春	58・9・16	10・6
東京	㈱ナムコ	吉冨憲太郎	59・4・1	10・11
長野	㈱コパルマシン	塚田 栄一	53・2・1	10・1
長野	㈱コパルマシン	中村 憲	54・3・22	10・0
長野	㈱コパルマシン	郷道 徳子	55・3・21	10・0
長野	㈱コパルマシン	山本 学	57・4・21	10・11
長野	㈱コパルマシン	佐藤 信之	57・10・21	10・5
長野	㈱コパルマシン	山地 民一	59・5・8	10・10
長野	㈱コパルマシン	河上 浩士	59・5・1	10・10
岐阜	㈱サンスイ	鈴木 一吉	59・8・1	10・7
愛知	㈱エフジィエル	加藤 春樹	60・1・1	10・2
愛知	㈱エフジィエル	五木田 弘	60・1・1	10・2
三重	㈱ユウアンドユウ	辻村 とみ	59・11・1	10・4
大阪	㈱エービーシースポーツセンター	沢井 輝雄	59・2・1	10・1
大阪	㈱セガ・エンタープライゼス	梅村 英行	58・4・1	10・11
大阪	㈱セガ・エンタープライゼス	松本 正彦	56・7・1	10・8
大阪	㈱セガ・エンタープライゼス	橋本 久夫	54・4・1	10・11
大阪	㈱タイトー	大多和滝男	54・2・1	10・1
大阪	㈱タイトー	吉田 正美	58・10・1	10・5
大阪	㈱ユウビス	中村 照子	60・1・21	10・2
兵庫	㈱ジェイ・アール・イー	生田 茂弘	59・11・15	10・4
兵庫	㈱ジェイ・アール・イー	由良 滋基	59・11・15	10・4
兵庫	かもめレンタル	斉藤 育子	58・1・30	10・2
兵庫	かもめレンタル	徳永 安則	60・4・1	10・0
岡山	㈱エムエーエス	小野美知行	59・9・16	10・6
岡山	㈱エムエーエス	稲田 英治	59・8・11	10・7
岡山	㈱エムエーエス	井本 基博	59・8・11	10・7
広島	㈱プロバックス	西原 義広	59・11・27	10・4
広島	㈱プロバックス	角野 康之	60・2・1	10・1
広島	㈱プロバックス	江坂 誠	60・3・16	10・0
広島	㈱プロバックス	北林 三彦	60・3・27	10・0
徳島	㈱タイトー	浜垣 圭伍	58・5・12	10・10
徳島	㈱タイトー	勝浦 徹	57・5・1	10・11
福岡	㈱スカイパーク	山崎 初代	59・8・1	10・7
福岡	㈱スカイパーク	福井 忠彦	60・3・1	10・0
福岡	㈱スカイパーク	戸成真知子	59・8・1	10・7
福岡	㈱ナムコ	谷水 宏明	59・6・1	10・9
福岡	(有)春駒商事	岡田 久人	56・7・1	10・8
長崎	㈱スカイパーク	芹田 玉代	59・8・1	10・7
鹿児島	大見商事㈱	宇都恵美子	59・6・21	10・9
佐賀	㈱スカイパーク	国松 静枝	59・8・1	10・7

第2回AOUアミューズメントセミナー

第2部・パネルディスカッション

アミューズメント施設営業の現況と将来

●日時・3月13日
13時〜17時
●場所・東京商工会場所
●受講者・87名

先月の「第1部・講演」に続き、「第2部・パネルディスカッション」を掲載いたします。

講師

●太田　清久
(株)野村総合研究所・主任研究員

●但野　裕一
(新世紀経営センター代表)

●石井　ぜんじ
(株)新世社「ゲーメスト」編集長

●小形　武徳
(セガ・エンタープライゼス専務取締役)

●曽我　栄蔵
(株)サンセイブ・エンターテインメント代表取締役社長

●畑　晴夫
(有)ニュースター代表取締役社長

●司会・原　昌也
(AOU広報委員)

(原) それでは、只今からパネルディスカッションに入りたいと思います。平本委員長のご挨拶にもありましたとおり当業界も2年前より厳しいビジネス環境の中にあり、セミナーのテーマは「現況と将来」と昨年同様に包括的な設定ではありますが、現況をどう克服していくかが皆さんの最大の関心事ではないか、やはりそれを離れて将来を語るという訳にも行かないと考えています。

最初に3名、講演して頂きました。30分ですから講演というには少し物足りない時間であったかと思いますが、この講演を踏まえ、まず現状のロケーションというものを考えていきたいと思います。そして、現状がどうなのかということから出発して、最後の3分の1程は大きな業界の流れというものを踏まえて将来の展望というところにも進めていきたいと思います。

それと、皆さんから質問票を全部で11名の方から頂いています。結構ボリュームがありまして昨年もそうだったんですがパネルの途中で挿入していくという形では時間がなくなって駆け足でということになりかねません。それとざっと読んでみますと、やはりこの場でディスカッションして頂きたい内容がかなり出尽くしているような感じもいたします。そこでこのご質問を先に読み上げて、それからディスカッションを進めて頂くにあたってその質問を心の奥底に置いた形で進めていただきたいと思います。また、進行の途中でこれを踏まえた形で私の方からご質問させていただきたいと思います。ではまず最初のその11名の方の質問を読み上げさせていただきます。

出席者からの質問

お一人目は、「複合化戦略」について。カラオケ、ボウリング等の周辺業との複合化に当たっての収益性、及び投資予算についてです。これは但野先生のお話に関連するかと思います。

2人目は出店立地の評価システムと売上げ予測について。ひとつは立地の現在評価。そしてもうひとつは立地の将来評価についてです。

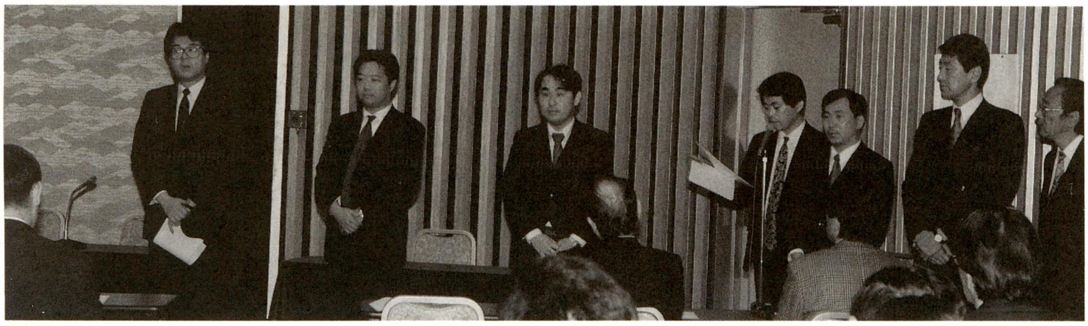
3人目。曽我先生、畑先生にお尋ねします。「価格見直し」についてです。価格(1コイン)の統一によって業界の活性化を今日まで進めてきましたが、講演で指摘の価格見直しについてはどうお考えですか。もし見直すならどのような案がありますか。それと小形先生には、マルチメディアについての質問。各講演でマルチメディアについての話題が出ましたが、セガさんではカラオケ通信、ゲームのCATV進出などマルチメディアに積極展開をされていますが、ゲーム場でのマルチメディア展開、ゲーム通信はどのような方向性になり、セガさんではどのように具体化していかれますか。

4人目、リデンプションについてディスカッションして欲しい。導入の時期、スタイル、7号営業との棲み分け方、AOUでの活動状況。

5人目。メーカー様へ、家庭用ゲームと業務用ゲームとの差別化や変化はこの先どの様に進むのでしょうか。石井様へ、対戦台の良し悪しや、「不良客」や「ゲーセン」と呼ばれる現在のゲームセンターのイメージについてどう感じておられるか。

6人目。商品の価格について、メーカー主導の価格設定では今後の業界の発展はないのでは。(今の状況は)高価すぎる。対戦について、「対戦」が「対CPU」よりも長く遊べて、さらにいろいろな技を試すことができるということもあります。

7人目。「ゲーム代百円で、オペレーターがよくやっている・・」に関連して。メーカ



ーが施設オペレーターとして中小オペレーターにのしかかってくる厳しい業況の中で、大型化は設備投資の増大につながり、それはそのままリスクの増大につながる。メーカーの術中にはまってオペレーターが駆逐されてしまうという感があるが、共存のポイントはあるのだろうか。メーカーの戦略情報等も判る範囲で聞きたい。それとメダルゲームについての今後の意見があれば参考にしたい。

8人目。講師の方からの指摘があり、オペレーターとして現場に立つ私も感じていたことですが、物販等の価格が「価格破壊」等と言われ、より安価な方向へと進んでいる一方で、近頃発売される大型筐体は本体価格・1プレイ料金共に高価になる一方だと感じますが、この点に関してメーカーの方たちはどう考えておられるのでしょうか。例えばロム交換程度で（そのゲームの）続編が楽しめるとか。そうでもしないと新機種が発売されるたびに新規購入しなければならないオペレーターは、一時の売上げはともかく、減価償却もままならないのですが。

9人目。ゲームコーナーのテリトリーについて。都市型、郊外型、SC複合型等の範囲を知りたい。また複合化のために異業種の商圏についても知りたい。（CDショップ、ファミコンショップ、ブックセンター、ホームセンター、その他）

10人目。AM機器メーカーにおけるAM施設運営のメリットとその運営方法について。

最後に、当業界に価格破壊はあるのか（機械代金、プレイ料金）。後何年厳しい状況が続くのか。

以上11名の方からご質問を頂いています。担当部署の先生方が明確な質問とそうでないものがありますが、できればそのあたりを踏まえてご発言して頂ければと思います。

初めに3名の講師の方に講演を頂いたわけですが、まずは時間の関係で講演して頂けなかったお三方に講演についての感想もしくは自社の現状、ロケーションの進め方、考え方、あるいは小形先生の場合はメーカーとしての立場がありますし、その点を踏まえまして、ご紹介を含めてお話いただきたいと思います。まず小形先生からお願いいたします。

エンターテイメントビジネスは人と機械の融合サービス　知恵を絞って特徴ある経営を

（小形）　セガ・エンタープライゼスの小形です。先程から3人の先生方からいろいろな意見がありました。今率直に考えて言えますのは、現在の我々アミューズメント業界はエンターテイメントビジネスとしてこれから大きく羽ばたいていかなければならないであろう、と。ではそのエンターテイメントビジネスというのは何をもって言うのか、というのがございますけれども、私はエンターテイメントというのは人と機械の融合サービス、これに尽きると常々考えています。当然、メーカーであるセガはより安く、より高インカムの機械を、皆様方に欲しいというときにすぐにお渡しできるような体制をとるようにしていかなければならない、建前ではそのようになっております。それから人の遊ぶロケーションの人的サービス、運営に関するサービスでございますが、これは当社のゲーム機器、施設の事業にも言えることでもありますが、まだ勉強するところがあるのではなかろうかということでございます。インベーダーが出てくるまでは私どもはこれを第1期ゲーム時代、ゲーム産業の時代、それから風営前までをアミューズメント産業、風営以降エンターテイメント産業としてこれから考えていこうではないかと考えています。



小形武徳氏

バブルがはじけた1993年の夏の売上げをピークに今は低迷をきたしています。この1993年の9月度、これは上期というとらえ方をすると、夏休み前までは順調に機械の出荷も、それからオペレーターの方々のロケインカムもそう強い落ち込みにには至ってなかったのではないだろうかと思います。まあ本当の意味で落ちはじめたのが93年9月以降、それから大体94年の9月初めまでの1年間、それが一番ひどかったのではなかろうかと思います。そして各社、またオペレーターの方々の個別の違いはあるかと思いますが94年の9月以降はよくなってきています。決して良くはなってなくとも鍋底という状況で今日に至り、徐々にではありますが増えてきたかなというところにあの震災がありまして、調子が冷え込んで元の木阿弥になっているのが現状です。それでその点で一つお話しておかなければならないのは当社のAM施設の収益についてですが、94年の夏を契機に既存店の売上げの落ち込みがほとんど昨対並み、若干落ちているというような数字で推移しておりまして、現在においてもそれは維持されています。

これは今年のコインジャーナルさんの新春の座談会で東京の大手といわれるナムコさん、タイトーさんと話したことなんですけれども、ナムコさん、タイトーさんとのお話のなかでの違いがその点に表われているというふうに考えております。で、なぜそれがセガとの大きな違いなのかということですが、まあ確かに先程から石井編集長、太田さん、但野さんのお話を聞いていて分かることは、この「大型化」とか「複合店舗」というのは皆さんオペレーターの方も程々、採用しておられるんではなかろうか、またしなければならないという気はお持ちになっていると思いますが、しかしこの次の「専門化とか、「情報化」の部分に対しての認識はもうひとつ希薄ではなかろうか、ということです。

ひとつ、先程の「情報化」のなかで石井さんは有益と言っておられましたが、たとえば店舗における格闘技の対戦

でもよろしいわけでございますが、まあどちらかと言いますとハウツウ、どうやればいいのかという攻略本的なものはむしろ家庭用器具のほうがセーブしておりましていろんな雑誌に細かく書いてあり、なおかつソフトが発売される前からそういう攻略方法は掲載されています。

　しかしながら業務用に関しては直近、またはもう本当に出てからそういうものでチェックし、今当社のバーチャファイター2のハウツウを150万部刷っておりまして、これは3回に分けて1月、2月、3月号となっております。この「情報化」という流れのなかでプレイヤーが非常に興味を示し、自分の技を磨き上げてアミューズメントセンターに行って知らない方と対戦をする、という遊び方をサポートしなければならないと思います。

　もうひとつは、マスコミ等のメディアを使っていろいろ宣伝をうっていくことによってただ遊ぶだけではなく、その主人公になって遊びをもっと付加価値のあるものに仕上げていく、プレイヤーの方から、この前も、当社でバーチャファイター2の大会を行なったんですけれども、仮装大会、これを見ますと出演してくれた方が40~50名います。そうしますと中に半数以上、または7割近くの女性が参加されています。これを見ますと、本当にアミューズメント業界は変わってきているなと思います。

　もうひとつはアミューズメント業界のキャラクターというものがそろそろ社会に認知され始めてきているんではないかということです。キャラクターと言いますと、テレビ放映等でやっておることしか感じておらなかった訳ですが、まあ皆様方に販促用として無料で配っておりますバーチャファイター等のポスターが、よくお客さまのほうから「無くなったから送ってくれないか」という動きがございまして、調べましたところ、バーチャファイターポスターが欲しいという方がポスターを剥がしていってしまうようです。

　それではどれくらい需要があるのかということで、当社の直営3店舗、または取引先の業者さんの店舗3店舗をお借りしまして6店舗でバーチャファイターのマスコミ用として配っておりますポスターをテスト的に出してみましたところ、一番売れ行きがよかったのが土曜、日曜の2日間で1枚500円で用意した200枚が完売、一番悪いところでも土・日で47枚、こういうことを踏まえまして、アミューズメント業界というものは、これからは頭を使って、いろいろなことを構想・構築していけばまだまだ捨てたものではないのではなかろうかと考えております。

　そういうようなことで、現在、機械が高いとかいろいろ出ておりましたが、これはもう延々と昔から議論していることでございます。そういうことではなく、やはり付加価値産業、我々のソフト重視産業というものはまだまだ先端技術を担い、なおかつこういうようなトレンドある先見性というものを発揮し、そういうものを土台にした業種作りをし、作ったものに対して作ったメーカーは責任を持つ、まあひとつは下取りをする、一度作った機械の再利用、あるいはコンバージョンキットを出すということ、今ハード主体の運営の時代はないということは、業務用オペレーター、メーカーの方々も良くその点は分かりつつある時代になってきています。

　そうした中でも、たまたま今回同じチップを使っております家庭用テレビゲームのサターン、または通信カラオケに使っておりますプロローグ21の石、または先月から続きました体感もので使っております石。これらすべて共通のVSTでございまして、まあそういう各部署によってのコストダウン、さらにハードが出ていくことによってのコストパフォーマンスがあります。またゆくゆくはデジタル、またはポリゴン機能を有しておるパソコンの端末機にも値するキャパもあるものでございますので、こういうものを同業他社にも当社はハードを公開し、ソフトを作っていただくというサードパーティー関係の強化によって、これからの業界においては高いものと安いものとの二極化が進みます。もちろん安いから粗悪というのではなく安い方はその商品モデルに適した技術者の使い方も必要であり、そういうような棲み分けがそろそろできる業界になってきたのではないかと思いますし、この点も先行きとしてトライしていくことではないでしょうか。ただひとつ、また、元に戻りますが人と機械との融合化サービスというもの、その原点を皆さんが知恵を絞って各社多様に創り上げていくことがこの生き残り、または差別化、そういうことにつながっていくのではないでしょうか。今までの日本でのハード主体の運営ではなく、これからは知恵を絞って色々とその店その店の特徴を出していく経営をしていけば、必ずや生き残っていけるのではなかろうかと考えています。

　まだまだあるのですが、以上で終わらせていただきたいと思います。

（原）　それでは次に曽我先生にお願いいたします。

トークン制で料金体系の多角化可能／業態間競争の遅れを反省／家庭用との連動で活性化を

（曽我）　サンセイブ・エンターテイメントの曽我です。先程のお三方の先生の講演について私なりに意見を少し付け加えさせて頂きたいと思います。


曽我栄蔵氏

　最初に、太田先生のおっしゃられた円高と価格革命ということですが、特に私どもの業界は閉鎖的というか、他業種との交流も少ないせいか、非常に経済そのものが何十年も変わっていない、100円は100円玉であるというビジネス、50円は50円ビジネス、この2つしかない。それではこれをどのような形で円高価格革命をやっていくかというと、先程先生も言われたように時間別、ゲーム別、設置場所別のゲーム料金の変更、これは意外と簡単にやれそうではないでしょうか。

　実は私どもはハワイに直営で2軒ございまして、アメリカではお金を入れることは禁止されていますのですべてコーダーというメダルでやっておるのですが、そのメダルは1枚25円位なんですが、古い機械は1枚、中間は2枚新しいものは4枚とか6枚とかそういう形でもってゲームセンターでの機械による売上げの変更が可能だ、と。それから時間別の変更もメダルの投入枚数を夕方から多くするという、お金を入れることだけにすると少し難しいのですが、お金をメダルに交換することでかなり円高価格革命と他店舗との格差、たとえば向こうの店ではバーチャファイターは3枚だけどこっちの店は2枚だとか、セガさんのテーマ

パークは5枚だけどこっちは2枚だからお客さんがきてくれるんじゃないかなとか、こういう調整が可能かなと。ただ夜に値段を上げるというのではなく昼の値段を下げる感覚で、通常は4枚だけど昼は2枚ということで対応する。円高価格革命に関して、先程のご質問の中にあった「遊戯料金がどうなのか」というときに100円と50円でお金を介在してやっている間は難しい。ところが一旦メダルに交換することによって機種別・時間別の遊戯料金の変更が可能になり、対応できるのではないかと思います。

それから但野先生のお話ですが、その中で業態競争というのがございました。特に私どもの一般の業態競争の相手はなんだろうかと考えてみますとやはりカラオケ、パチンコだと思います。カラオケとパチンコというのは業態が著しく変化してきています。

御存知のようにパチンコ店の名前が「パーラー」というものに変わってきて、トイレに化粧室は付いている、休憩室に音楽は流れている、テレビはあるというふうにパチンコ店の内装を非常に充実させまして我々のゲームセンターの業態競争ではとてもかなわないくらいになっている。

カラオケルームを見ましても昨今はかなり充実させておりまして、そういう意味でもゲームセンターが業態競争というなかでは完全に立ち遅れているのではないかと思います。またカラオケにしろパチンコにしろかなり個々のお店がユニークさを持っておりますけれども、我々のゲームセンターはどこに行ってもだいたい同じ形態です。

先程但野さんとお話したのですけれども、食堂街に行って全部ラーメン屋みたいなもので、そば屋も寿司屋も豚カツ屋もない。いろんなものがあれば1週間に3回行ってみようというものが1回で済んでしまう。これは私どもの勉強不足と言えます。どこもかしこも同じで、先日もぐるっと歩いてまわっても、どの店がどうだか印象も残らない、それからお店が汚い、そういう意味では業態間競争に敗れ、お店のすべてが画一化されている。この点をもう少し反省してやっていかなくてはならないだろうと思いました。

それから石井先生の話の中で一番興味深かったのは、やはり対戦ゲームについては非常に情報が売上げに関わってくる、それから先程小形先生も言われたんですが今後家庭用ゲームと業務用ゲームをひとつでいいから同時に出して頂きたい。

今まで私どもは家庭用ゲームが普及することに危惧感だけを持っていたわけですが、そうではなく両方同時に出すことによって活性化できるといういい情報をいただきました。セガさんは両方やっておられる会社ですからぜひ試しにやって頂いて、業務用に支障が多ければ2回目からは止めてもらって、やはり石井先生のお話を聞くと非常にそういう気がします。

現実に、バーチャファイターはセガのサターンで出たのが業務用のバーチャファイター2の売上げを上げるのに大きく寄与したのは明白ですから、少なくとも対戦型はゲームセンター用と家庭用をドッキングするゲーム機は多々あると思いますし、家庭で覚えたものはゲームセンターへ行くと必ずや私どもの売上げには跳ね返ってくるのではないか、と思った次第です。以上先生方の講演について気が付いたことだけ申し上げました。

(原)　ありがとうございました。では畑先生お願いします。

お客を考えた経営形態の工夫／もう少し長く遊んで頂く工夫／円高メリットを活かした景品の工夫


畑　晴夫氏

(畑)　お三人の先生方のお話を聞いていますと、もっともだなという感じしかしないんですが、私どもにとって一番重要なのはプレイヤー（お客さん）の考え方をあまりにも反映しない経営の形態がインベーダー以降あるいはそれ以前からずっと続いてきているのではないかな、ということを三先生方の話の中ですごく感じます。

例えば価格にしても今の私どもの店内で集金してみると分かるのですけれども、500円玉がものすごく残るんです。結局お客さんの客単価が下がってきているんですね。ですから先程の先生方のお話の中で価格的な問題ということも出されておりましたけれども、やはり料金を下げるということもひとつの手だと思うんですが、石井先生のおっしゃっていたような情報を提供することによってゲームをする時間を少しでも長くしてさしあげるといった努力も必要かな、と。お金を下げるだけが目的でなくてもいいのではないかなということも私どもとしては感じます。

お客さんが必ず100円なり50円なり入れて遊ばれるわけですから、それに伴って何分遊べたかということは私たちと違って一般に考えると思います。私どもとしては少しでも、つまり100円を50円にすればいいかというといろいろ問題はあると思いますが、やはり子供さんが来られたりしておりますのでもう少し遊ばしてもいいんじゃないかな、と。積極的に攻略本のようなものを提供しても、長い目で見てもマイナスにはならない。

先程も曽我先生がおっしゃってましたが同時に発売しても面白いんじゃないかな、と。家庭で練習して私どもの所で腕試しをするなり何なり楽しく遊んで頂くということも、やはりお客さんをもう少し長く遊ばせてやる工夫を私どもはしなければならないのかな、と。中に入っているコインメーターだけを見て売上げを把握して、良い機械、悪い機械と言っているのは今後問題があるかなという気がしました。

あと円高メリットの話もありましたが、私の店なのですがUFOキャッチャーのブームの時にだいぶ買い取りまして1店当たり14台ぐらいあったんです。その14台の機械をぬいぐるみだけでやっていくのが難しくなってきて売上げがガタッと落ちたのですね。そのなかで半分程の機械に雑貨を入れるということを昨年の12月から始めました。円高を自主的に感じるのは、以前5、6年前ですと200～300円で子供のおもちゃ程度のものしか買えなかったのが現在では120～130円ぐらいで大人が持っていてもおかしくないような商品が我々のところに入ってくるような状況になってきている。

ですから円高メリットというものは、海外から安く商品を仕入れるにしても、今まではぬいぐるみを安く仕入れていましたがそれだけではなく、もっといろんな商品があるということを意識して、やはりいろいろな業界のことに関しての情報も集めなければならないかなと思います。その中で我々が常時景品として提供できるものを見つけてくることによって他店との差別化も

できますので結構面白いのではないかなと思います。

14台あったものを今も減らさずにやってきているわけで、変なアーケードゲームよりもよほど機械としてはもとを取っておりますので、まあ我々のような弱小オペレーターはお金をかけて新規の設備投資をするよりも、むしろ汗を流して頭を絞ってお金のかからないことをしながら少しでも売上げを向上させる、ということを去年1年間ずっと考えてやってきました。お金のある方はUFOキャッチャーが悪くなったから別のものを入れようということも可能なんですけれども、我々はとてもそこまで手が回りませんのでその事のみを考えてきました。

1年経ちましてやはりそれで良かったんだということが分かってきました。商品の差別化によって他店と差別化したことによって逆に今まで減っていたお客さんが戻ってきている、うちは景品の比率が他の会社よりも高いのではないかなと思います。

あと太田先生のおっしゃっていた時間による料金の変更がございましたが、これは意外と面白いのではないかなと思います。例えば6時には風営法によって小・中学生を帰しますので、その後の時間をどう使うかということに関しては、もうある程度年齢の高い人ばかりですので、昼50円、夜100円というような形でもいいのではないかと思います。

私どもではあとメダルゲームの売上げもだいぶ落ちておりまして、もうなくてもいいのではないかなというところまできている店もあるのですが、確かに設備投資もしていないし、あまりいい商品も置いていないので悪くなってきているんですが、メダルゲームも新しい商品が出ればまだまだ充分やっていけるだけの要素はあると思います。やはり私どもはアーケード、メダル、テレビゲーム、景品関係の機械という四本柱をある程度上手く使っていかないと、しょっちゅう設備投資に追われて大変ではないかなという気がしています。

とりとめのない話ですが他の会社のお話を聞くということはいいことだな、と、今回私もお話しを聞かせていただいて参考になり、どうもありがとうございました。

（原）　ありがとうございました。先生方のお話しのなかで統一的に出てきたのがアミューズメント施設というものは業態変化を迫られているのではないか、あるいはそれを考える必要があるのではないかということです。業態開発をしていかなければ生き残れないということを各先生方から指摘して頂いたわけですが、それに入る前にまず現状、先程小形先生から昨年のインカム状況、あるいは販売面の売上げのお話があったわけですが、太田先生、そちらで把握しておられる業界の昨年度動向、これは現段階で確定的な数字はまだ出ていないかも知れませんが、どういう形で把握しておられるのでしょうか。

AM業界の施設規模は平成初年度頃まで後退


太田清久氏

（太田）　うちは上場企業を中心に業績を見て、それをマーケット上に転化して見ておるのですけれど、年度ベースで考えますと、昨年度というか94年3月期で終わった期は12%から13%の減少だったと思いますが、この3月で終わる期は先程小形先生のお話にもあったように基本的には93年9月から悪くなりはじめて、全体的に悪くなったのが昨年の秋から戻ってきていたんですが、逆に年明けは1月中旬からかなり悪くなってしまって、結果的には昨年以上にマイナス15%から下手すると20%ぐらいという数字が3月締めでは出てくる可能性があるのかなという形で、むしろ回復感が秋口からあったのですけれどもそれが再び折れたのかなという形で認識しております。で、ちょうどそれに見合うような形で各社2月中旬以降業績を下方修正してきております。

（原）　ということは一昨年について昨年、さらに今年についてもかなり厳しい数字で見ておられる。二桁の減少ですよね。

（太田）　売上げ面では二桁の減少で、そうしますと採算面で見ても機器を除いたオペレーション段階で考えますと利益が出る、出ないという状況になっているかな、と。

（原）　二桁に減少とすれば平成初年度の市場規模にまで後退というような状況になるかと思うのですけれども。

（太田）　おっしゃる通りですね。ちょうどUFOブームといいますか、5000億レベルまで近づいていた業界全体というものは、先程講演の中でもお話しましたように、UFOキャッチャーで景品目当てに一人で来るというよりもむしろ一緒に来たガールフレンドにいいところを見せたい、あるいは全然知らない女性の近くに行って景品を差し上げるといった形でとりあえず景品と一緒に女性も釣り上げるといった色彩がけっこうあったと思うのですけれども、それが始まる前の段階まで、とりあえず全体としてはマーケットが縮小してしまったのかな、と。

（原）　それでは、但野先生、先生が関係しておられるアミューズメント関係ですね、それは経営的には現状、いわゆるビジネスとしての収益性についてどう見ておられるでしょうか。

AM関連ビジネスの現状は①パチンコ②カラオケ③ゲームの順

（但野）　一番いい例はですね、前はよく信託銀行ですね、後土地を扱う銀行ですね、そこからよく相談が来たのですけれども、その中で何が一体収益が上がるか、どちらかというと土地活用としてのアミューズメント、そういう相談がしょっちゅうあったのです。過剰店舗になる過程ではそれは大きなものがありました。カラオケでもそうですし、パチンコはちょっとないですが、経営的にいろいろ難しい問題があるので。

そのような信託で選ぶというときには、私のほうでは装置産業というのを一番進めるわけです。というのはなぜかというと先程の小形先生とは反対になってしまうんですが、人の部分がほとんど要らない。というよりも小売りをやるというのはこれはもう無理なんです。仕入れは誰がやるか、販売は誰がやるか、販促は誰がやるかという話になってきて、まあ小売りというのは現金商売でそれは楽なのですがそれでも非常に難しい。

その中で一番簡単な商売というと皆さんに叱られてしまうんですが、商売は何かというと、やっぱり挙げるのは3つです。ひとつはカラオケ、もうひとつはこのゲームセンター、そしてもうひとつは立体駐車場です。おじさん一人入口に立たせてこれは装置産

業で一番運営が楽な産業です。ところがここに来てどういうふうに計算しても収支が合わない、赤字になってしまう。初年度からずっと赤字なのですね。キャッシュロードが全然黒字にならない。

　今一番難しいのは、先程のご質問の中に売上げ予測というのがありましたが、よくそういうこと、立地の計画なんかするのですが、一番難しいのは売上げ予測をどうするかということです。非常に難しい。

　ひとつには変動がものすごく激しいということです。今年の1月17日に阪神大震災がありましたがあそこの時点、前にやった調査では逆に使えない。自粛、自粛ですよね、遊んでられない、ものはあまり買うものじゃない、というような風潮がすっと出てきますとね、それを前提に計画したただけでも売上げ予測も変わってしまうのですね。それくらい難しい。


但野裕一氏

　ただし若干まだいいかなと思うのはパチンコ業界ですか。これはまた話が戻りますが業態間競争という話がございましたがパチンコとカラオケというのはお客さんが店を指名をするわけですね。皆さんも多分そうだと思います。駅前の何とかいうパチンコ屋に行く。駅のほうの何とかいうカラオケボックスが面白い。若い人は皆そうです。そういう指名があるわけです。まあそこにはジョイサウンドとかタイトーとかそういったものがあるわけです。

　ところがゲームセンターに限ってはお客さんが店を指名することは少ないのではないかという気がします。お客さんが指名をする、つまりどこに行っても同じものが同じ品ぞろえであるわけです。専門的には確かに難しいんですが、パチンコを見て頂きたい。あれもほとんど同じ機械です。

　じゃあなぜ皆さん指名するのかといいますと、出玉があるわけですが出玉というのは赤字抜けができないですからほとんど変わらないのです、平均すれば。勝った負けたというのは個人の話です。じゃあ何かというと時間制でやっているのです。パチンコというのは。で、土日になりますと無定量、つまり一回7が揃いますと最後までできる。それと無定量でない店もある。7で入って4が出たら終わりですよとか、1回1回交換してくださいとか、そういうように時間と曜日、機械の種類によって全て変えているんです。

　そこを逆に言うと差別化できないということでもあるんですが、それは装置産業の宿命ですから。それでも、そのあたりのパチンコ産業の経営努力はすごいです。全部コンピューターで、1億3000万ぐらいのホールコンピューターをいれて毎日のように計算している。そこまで勉強しているのです。台ごとの出玉率とかですね、集客とか、全部出すのです。翌日の予測もちゃんと出すのです。それによって売り上げ計画もちゃんとたててる。その売上げ計画が2割ほど少ないというのはまた別の話ですが、そういうのをみんなきっちりとたててる、そこで初めて指名される。あのホール、あのパチンコ屋という指名が初めて出てくる。

　ところがゲームセンターに限って言うとなかなか指名で行く方というのはですね、中にはいるかもいるかもしれないですが少ないのではないか、あるとすればそこについてる人の問題、経営努力の問題があるのではないかという気が非常にします。

　そこで最初のですね、原さんのご質問についてですが、パチンコが若干、カラオケもナイトは駄目です。ナイトはゲームくらいに下がっている、これは皆さん夜に人が歩いてないのですからお分かりかと思います。若干ボックスにしても出揃った感があるのと、それからやはり高校生で私自身感じるのは、非常にサイクルが早いです。新しいものにさっと飛びついて、さっと教室内に広まって、皆でどっとお菓子とか買っていく訳なのですが、しかし飽きるのも早いのではないかなと思います。ですからボックスについては数年は好景気が続くかもしれませんが、3年、4年以降は私自身もどうかなという気がしています。で、ゲームについては先程も言ったように信託が来て、いろいろ収支をやるのですが、残念ながら今、私の方で出店を進めているという例はございません。情報がないというのは別でございますが、情報があるかぎりはちょっとお薦めはできないという状況です。

（原）　今お二人の先生のお話をうかがっておりますと、非常に厳しい状況に追い打ちをかけるような形ですが、しかも後何年厳しいのかというご質問もあったわけですが、先程の太田先生のお話では次のピークが98年から99年、後2年は辛抱と、そういうお話でした。そうすると業況はですね、まあこのあたりで歩止まりしての後2年なのか、さらにまた今年も昨対を割ってのあと2年なのかで全然違うわけですが、後者であれば今年もお先真っ暗なわけです。そのへんでですね、曽我先生、ロケーションの現状についてお話し頂けますか。

大手ではなくとも大型化は可能、ブームの循環サイクルを考えて長期的に施策

（曽我）　明るい材料を言いたいのですがね、ただ複合化、大型化は大手さんでなくても可能なんです。例えば私のところでは400坪の場所をいくらであげてどんな構成でやるかといいますと、今私ならまずビリヤードを15台、それからカラオケルームを20、これで200から230坪、あと180坪をゲームに。大体2億円であがるんですが、その2億を4年のリースにかけますと月々の2・5%ですから月500万。500万のリース料を払って、いくら売上げないといけないかというと約2000万円。これぐらいなら立地がまあまあの並のローカル駅前なら簡単に狙えるのではないかと思います。

　で、今なぜビリヤードかというと、今ビリヤードの店を複合ですが十数店やっておりまして、昨年からその売上げがどんどん上がってきていまして、全盛期とまでは言いませんが、その85から90%ぐらいにまで上がってきている。で、今但野先生のおっしゃった、簡単に熱くなって簡単に消えるわけですが、ボウリングにもそういう時期がありましたが、2世代目というか、例えばまた3年ぐらいすればその後の人たちはボウリングなりビリヤードなりが新鮮なのですね。だからその段階を整えれば、例えば3年サイクルで、高校1年から3年で終わって次の3年のその後、要はブームの終わった3年後くらいにまた復活してくるのではないかな、と考えています。

　家庭用ゲーム機のソフトでインベーダーが爆発的に売れた。昭和53年頃の業務用のソフトなんですが、タイトーさ

んが昨年100万本ぐらい売りましたかね、確かそうでしたよね（会場に声を掛ける）。で、そういうように複合化というと何か大変なのですが我々の何かこなせる範囲の中で過去絶大なブームを誇ったものは必ずもう一度復活してくるのではないかな、と。で、何の話でしたっけ？（笑）

（原）　一昨年、昨年と厳しく、さらに今年も厳しい業況が予測されていますが、御社のグループではいかがでしょうか。

（曽我）　うちも御多分にもれず悪いのですが、悪いなりにちゃんと止めるところは止めておりまして、大体既存店では首都圏の一部を除いて、ほとんど昨対をクリアーしております。それ位のことをやれないとこういう席で話もできないですから（笑）、それ位のチェックはいつもして見ております。

　私どもの今までやってきた中での工夫、つまり今なぜ一斉にクリアーできるのかといった裏には、今言ったビリヤードがあり、カラオケがあり、複合化を進めて、設備投資を抑えて、ちゃんと採算が取れるようにやっているからということがあるのではないでしょうか。

（原）　全体として2桁の減少という中で、昨対をクリアーしていくのは大変なことだと思うのですが、畑先生も地域オペレーターとして頑張っておられますよね。

体質的に強いのは中小店　汗と知恵を絞って対応を

（畑）　私どもは大きいといっても180坪程度の店ばかりですので大型店をおやりになっておられる方の経営はちょっと分からないのですけれども、私どもですれば去年で一番1月が悪かった。その後2月、3月頃からは前年対比ほとんどクリアーしております。それは先ほど言いましたように汗と知恵だけは絞ってやったつもりですので、意外と大型店よりも中小の小さい店のほうが昨対をクリアーしやすかったのではないだろうかと思います。

　皆さんがどのようにお考えかは分かりませんが、大型店の場合は大型の機械、そしてアーケード機関係の商品の売上げが非常に伸び悩んでいる。私どもは大型機は中古で売りまして、去年は何をしたかというと大型のリッジレーサー、エースドライバー等はナムコさんにお借りしました。100万円以上の商品は買わない、以下の商品だけ買う、特別なものを除いては100万以上のものは始めから買わないということを去年1年間やってきて、幸いにもナムコさんから機械を貸していただけたのでリッジレーサーも入れることができました。

　そのおかげで私どもとしては大型機は他力本願、安いものは自前で買うという形で1年やりました。本当に一番売上げがよくて、効率がよくて、回収が早いものは自分で全部やり、ちょっと危ないなあというリスクがあるものはメーカーさんにお願いしました。それが私どもとしても効率よく動けたのではないかと思っています。

（原）　では小形先生、今大型店、中小店という形でお話が出ました。いろいろなデータをお持ちでしょうが、店舗別、立地別という点ではいかがですか。

メーカー、オペレーターの努力、協力、工夫で厳しさの克服は可能

（小形）　先程、太田先生のお話の中にもありましたが、ひとつ言えることは、業界全体のパイは決して拡大していない、若干下がっているということです。しかし今まで同じ業種でやってきて、その中での差別化と言いますか営業努力、そういうものがあるかないか、やったところとやってないところで二極化現象がおきているのは間違いない。やっていないところは喰われて、やったところがそのパイを喰っているという図式になっています。

　ではその中でこのまま皆様方が対応しなければどうなるのかというと自然淘汰、ですね。それはもう短期間で。まあ先程信託のお話でもありましたが、なにせ猫も杓子もアミューズメントセンターをということで、世界中3歩あるけばアミューズメントセンターに当たるというぐらいできている国は、日本以外にどこにもないのですよね。これがひとつです。

　もうひとつは業界の体質といいますか、たまたまですが、私は販売のほうでございますがようやく今期末の決算で93年度のピークの売上げをクリアーできるような体制になってきています。これは機器販売についてです。ただしこの中で一番大きな変化は、海外の比率がものすごい勢いで伸びてきている。グローバル化、それに基づいて皆様方から下取りさせていただいております中古機がいま大体月ペースで400～500台出ているわけです。こういうデータもあるわけです。

　もうひとつは、施設収入の方でございますが、先程からの複合化、大型化、これは確かにその傾向でいくことは間違いないのですが、機械はワンウェイコミュニケーション、機械対人間の時代からツーウェイコミュニケーション、機械から2人になっている。今やマルチプレイタイプ、この傾向もまず変わらない。となるとある程度の面積がないと生きてこない。

　かといってもうひとつあるのですね。今このマックさん、マクドナルドは全国でだいたい1200店舗あるわけですが、この藤田会長曰く、従来と同じようなもののとらえ方、当店に来店した方々にコーラとハンバーガーだけを売ればいいという時代じゃない、せっかく来店してくれた方々がその商品、サービスに価値を見出すということでお金を落として頂けるのだから、人も使わない、場所も新設しない、拡張しない中でその投資効率を考えたらどうか。ということでたまたま当社に何か新しい技術をアプローチされた。

　せっかくみえてるんだからもっと食べたり飲んだりだけでなく、遊びというものも考えられないか、ということで相談がございまして、私どもでマックのキャラクターを商品化しそういうものを自動販売機で売ったらどうだろうということで、今20店舗で展開しているわけですが、まあこれが1日8300円位確実に上がっています。来月これを100店舗に増やして、それで人気が出れば国内1200店舗に。またUSマックとのジョイントもと、こういう新しい市場を開拓し新しいビジネスを構築していく、それも我々とは畑違いのビジネス分野ですが。

　そのビジネス分野の中にカラオケがあり、それから自販機器、ただその自販機器をやりますとかなり広い範囲に広まって参りますから、皆様方今まで努力して汗をかくこと、これをできるかできないかですね。人間は贅沢にできておりますから経営危機になるまで、楽な商売というと語弊がありますがその様な方々がこういったビジネスをそこまでできるかどうかですね。

そこで考えられることは、メンテ業、メンテサービスです。そういうものが今度100店舗、300店舗と展開するときに、従来のオペレーターの方々にどういうようなビジネス価格でメンテというような取り組みの商売を提供できるかということで我々考えてるのです。

我々は機械を開発し商品セールスをするだけ、形の違ったフランチャイズシステム、そういうものをオペレーターの方々に提供できないかということです。集金はマックやセガに直接ストックする。その中からきちんと20何%払って、我々は20%なり貰う。そういう商売がこれから考えられる。またこういう話は異業種の方と付き合うことが接点となって生まれてきている。

また内々の話になりますが国内販売の顧客取引台帳というのが今1200社、当社でありますが、しかしながら積み上げます数字を実際に作っているのは700～800社です。あとはワンタイムセールスといいまして気が向けば買いに来てくださる。この700～800社でかなりのボリュームを作っておりまして、その内、SG懇話会というセガの親睦団体、それが180社、まあ今度ちょっと増やして90社ぐらい増えるかもしれませんが、何と一番怖いのは、その700から800社の内AOUのメンバーは6割しかいない。後4割はといいますとこの10年間にこの業界に入ってきた方々、異業種からの参入の方々なのです。我々はAOUに入らなくてもいいとは言ってないのです。入りなさいと言ってるのですがなかなAOUという組織に入らない。

我々は先程から言ってるように、我我は機械を、こういうふうに機械を作るのが使命で、その機械を上手く運営に活用する。例えばAOUショーだとかいろんなショーで、よくリンクゲームを、インストラクターが立ってあおる、もてなす、そういうことをするとすごく燃えるわけです。

今うちのAM施設関係は大体、1店舗1回イベントをやります、その店々で。でその店々のチャンピオンというのをその周辺地域の店舗のチャンピオンと一ヵ所に集めてまたやります。それを全国規模でやる時にSG懇話会の方々の主要ロケーションでもやってもらう。やはりそういうイベントまたは店舗内におけるインストラクターの存在感というものは大きなウエートを占めているのです。

家庭用ゲームだったらセガのプロローグ21でゲームをやって覚えてきたからゲームセンターに行ったとしても、なかなか抵抗感がある。そこにインストラクターがいてこの時丁寧に教えてあげる。また女同士で来たときにカッコいい男の子が相手になってあげる、その反対もある。まあ折角あれだけのタレント要員がいるわけですから、ただ綺麗な服装をして、機械を拭いて、トイレを綺麗にするだけではもったいないのではないだろうかと。そういうことがマックさんとの取り組みのなかで考えさせられた訳です。

それからAOUのメンバーに我々の機械を作ることに専門直下し、直下することによってAOUの会員の層をもっと厚くしていくべきだろうと。そういうことで3月1日からオペレーター価格の下にさらにAOU価格をつくって、オペレーターの方々がAOUに加入していただければそのAOU価格で情報を提供しますよというシステムをでこれからどんどんAOUの組織体に私たちも働きかけて、グレードを上げていくと、そして外部からの異質な情報、又は仕事の進め方というものを吸収しお互いに理解しあっていければ、まだまだ我々の業界も捨てたものではないなと考えています。

（原）　ありがとうございました。次に共通的な認識となっている、太田先生からも但野先生からも出ておりましたが、営業形態に工夫が必要ではないか、という問題です。あるいはまた業態間競争で遅れを取っている、そういう指摘もありました。また但野先生からは機械に頼るのではなく指導権を握れるのはオペレーターなのだと。皆さんが頑張らなければだめですよ、という叱咤激励もありました。期せずして、お2人からそういうご指摘を頂いた訳ですが、それに対して曽我先生も畑先生も我が意を得たり、というようなご発言もありました。石井先生、プレイヤーとしてこうした点をどう見ておられますか。

インカムに表れないがプレイヤー層は確実に拡大している。期待に応える環境づくりを！

（石井）　この業界自体はまだそんなに長い業界だとは思わないのです。ゲームというのは徐々に作られてきたものですが、だんだん世代が下がっていっているということをひしひしと感じています。実際に直接ゲームのインカムとして表れなくても、それを取り巻く層、プレイヤー層というのはとても拡大しているということを感じます。

問題は、ゲームというのはインパクトが一番大きく表れるもので、ヒットゲームが出ると活性化する。そういう点では今は谷間であるということを感じます。谷間であるために直接という形では表れませんが、プレイヤーサイドからすれば求めているものは非常に大きいわけです。で、期待層というのは非常に広がっているわけですが、それを完全にひきつけるものというのはいまの時点ではまだ出てきていないと。

だから私としてはそれだけ層自体は広がってきていると感じますがその期待にどれだけ応えるか、実際にゲームセンターに行って遊んでもらえるような状況作りをしていけるかどうかがポイントで、必ずしも客観的な期待というものが少なくなってきているというか、完全にパイが少なくなってきているということではないと思います。


石井ぜんじ氏

だからいかに期待に応えるものを作れるかとか、期待に応えた環境作りをしていけるかがポイントで、そういう点では次の変革がどういう形で起こるかは分かりませんが、そういうきっかけがあれば再び人気が出て、爆発するということも考えられるのではないかと思います。

（原）　それでは、その業態の見直しについて考えてみたいと思うのですけれども、太田先生から価格革命という言葉も出ました。これは現在のアミューズメント施設が長期的に生き残ることにおいて、どうしても渡らなければならない問題だと考えておられるでしょうか。

メーカーの機器供給段階とオペレーション段階の双方で料金体系にフレキシビリティ必要

（太田）　東京圏にいると特にそうなのですが、結局来てくれるお客さんのお金、年収のなかに占める住居費の部分、

これは東京、大阪、九州でずいぶん違うだろうし、同じようなことで皆さんのロケーションの土地代、リース料も同じなのだろうと。

だから価格というのは何かというと東京の新しいゲームセンターは１回３００円でする、甲府でも１回３００円でするというのは非常におかしい話だなと思うのです。

例えばセガさんは３割ぐらいは機器のほう、機器専門にやっておられますが、それが誰のために作られているのかというと、本当にオペレーターの方のために作られているのか、もっと言うとお客さんの地域格差に合わせたかなり自由度の高い料金設定をして差し上げておられるのかという部分を、誰かがこう、イニシアティブを取って行動を起こさなければならないでしょう。

そういった意味では、先程小形先生から話がありましたＡＯＵ価格みたいな話はこれから起きてくる話だろうし、逆にオペレーターから、まず自分達もユーザーさんのために、ユーザーさんの懐具合に合わせた形の料金に変えていくことをやっていって、自分達もハードウェアーの調達価格を変更してくれるように要望していくという形ですね、最終ユーザーのために非常に居心地のいい料金体系がオペレーション段階で、あるいはメーカーさんのハードの供給段階でというように変わっていかないと、多分厳しいのではないのかなと思います。

逆に振り返ってみると、鎖国していた日本はその後どんどん海外のものが入ってきて料金が変わってきている。例えばオレンジジュースにしても、コンビニのセブンイレブンさんがプライベートブランドを開発して従来の６掛けで買えるようになってきた。これと同じようなことが起きるのではないかと思います。

逆にこれがＡＭ産業で起きれば、ある意味で認知度がどんどんで広がっているこの業界が１つの基幹産業になるというか、雇用面にしても、産業界からのエスタブリシティーにしても、認められた産業に入ってくる段階なのかもしれない。こんな風に思います。

（原）　それではこれに対して畑先生、今まではあまりプレイヤーのことを考えていなかったのではないか、というところから、時間別あるいは料金別といった新しいシステムを考えていくことも必要かというお話がありました。現状においては比較的暗い業況の中でも頑張っておられる訳ですけれども、将来的に見てそういう打開策の必要をどう考えておられるのでしょうか。

面白く遊んで頂くという原点から料金を含め接客サービス全般を見直す

（畑）　私どももとすると、先程石井さんも言われてましたけど、年齢層が上がるに従って下のレベルの人たちが私たちのお客になって頂けるという話がありました。年齢層が上がるということは単価が高いんですけれども、小学生ぐらいの方がだいぶ我々の業界に入ってくる、遊ぶことに対する抵抗感がないんではないか、と。小さい頃から、ファミコンで遊んでますので。そういう子たちがどんどん上がってくるから客層が広がっているということだと思いますが、私どもから見ればもうひとつ、学校が土曜日が月１回、４月からは月２回になると思いますが、もう少し経てば毎週土曜日休みと、そういうことになると長い目で見て小さい子供には客層として決して暗くはないと思います。ただそうすると料金の問題というのは避けられないと思います。

あともうひとつマイナス要因で私どもが考えるのは消費税の問題が出てくると思います。恐らく月４日土曜日が休みと、休みが増えても消費税が上がればそれで帳消しかな、まだ若干足りないかなというようなところですけれども、もう少しＡＯＵとして営業時間の拡大なり景品限度の幅なりをもう少し持てるような運動をして頂くということは今後、西暦２０００年ぐらいまでの間に関しては重要なテーマになるのではないかなと思います。私どもも収益から税金を払ったら何も残らないというような状況になりかねません。

（原）　トークン制のようなお話もありましたが、これは消費税対策にも結び付いてくるような気もするのですけれども、業態開発と言いますか価格革命と言うかそういう点で何か将来考えていかなければならないこと、という点ではどうでしょうか。

（畑）　私は店の中でですね、我々の店は小さいですから、大型店は「いらっしゃいませ」、「ありがとうございます」という店の運営の仕方でいいと思うのですが、小さいところは「こんにちは」、「気をつけておかえりください」という感じで、人のコミュニケーションの仕方がだいぶと違うのですよね。お客様に対する受け答えにしても。

そういうところで小さいものは小さいなりに考え方があるというか、上手くは言えませんが、我々はもっとお客さんに接して、来てくださるお客さんを大事にしていくこと。お客さんとのコミュニケーションを増やしてお名前を覚えるぐらいにまでいくことで、小さいところは売上げも伸びるんじゃないかなと思います。

それで業態間競争と言ってますが、例えば店舗が汚いとか、何かあっても資金のない人にやれと言ってもできない訳ですから、とりあえずできることからやって、お客さんとのコミュニケーションを増やして、新しい機械が出ればまずそれに対して積極的に投資して、その後に余剰資金が出れば店舗を改装していけばいいのではないか、と。お金が余っている人はどんどん綺麗にしていけますが、私たちはどうしてもワンテンポ遅れないとできない。言われていることは分かるのですが、もっともだなと思うのですが、今すぐにはできないということが多すぎると思います。

あと私なりに感じることは、ＵＦＯブームでゲーム料金が非常に高騰したのではないだろうかという気がします。例えばその頃にメダルゲームが20円から30円ぐらいに上がってきましたが、私はメダルゲームはもう少し安くしてもいいのではないかなと思うのです。

例えば１０００円札でメダルを借りますと片手にしか乗らないのですね。30枚ちょっとぐらい。その30枚ぐらいのメダルでどうやったら遊べるか。１枚１枚しか入れられないんですよね、片手にしか乗らないんですから。もうちょっとゲーム単価を安くして、両手に載るくらいのものをお貸しできれば、もうちょっとたくさん遊べるし、遊べればもう少しゲームの面白さが分かると思うのです、特にメダルゲームの場合は。

ゲームを面白く遊ばせるということに関して、ちょっと忘れてたと言うか、ゲーム単価を上げれば売上げが伸びる、確かにそういう時期もありましたが、今はそうではない。仮にメダルを１枚10円にしてもメダルゲームの場合は８枚とか10枚とか入れれば80円とか１００円になってる訳で、30円のメダルを１枚２枚入れるのとどっちが売上げが上が



るか、ゲームに対する料金が高いかというと、一概に言えないこともある。

もうちょっと、全体的に初心に帰ると言いますか、お客さんに遊んでもらって、楽しい所だと思って帰っていただくか、30分で、1時間で1万円使ったと思って帰っていただくか、その辺のところが考えていかなければならないところではないかなと思います。

許認可事業としての規制緩和と我々自身の努力この2つの方向で業態改革を！

（原）　曽我先生、業態改革、価格革命についてはいかがでしょう。

（曽我）　まあひとつ私どもは許認可事業ですから、業態改革といっても、今風営法を一番守っているのは8号営業で、非常に真面目な方々が8号営業をやってる訳ですから商売は厳しいですよね。他所みたいに夜中の2時までやればもう少し楽になりますが、やっぱり一番真面目なのは我々の業界だと思うのですが、先程のリデンプション、そういうものも含めての業態改革ですが、例えばぬいぐるみの上限を500円から1000円に上げるとか、そういう許認可の中でやらなければならないことと、我々が努力でやらなければならないことと2つあると思うのです。

リデンプションも簡単に導入すれば300万ぐらいの規模でリデンプションで景品が上がりますと、管理と余分な設備投資がかかりますが、そういう形態、例えば300、400坪の所では商品を品揃えして、券を出して、その場で交換するといった形で非常に華やかさがある。

ところが50坪～70坪未満位のゲームセンターではリデンプションの景品を並べてもボリューム感はない。そうなったらどうなのか、この前のAOUの会長会議の時に皆さんとお話したのですが、ベルマークですか、商品を買うとマークをくれる、例えばああいう所とタイアップして子供がそれをもって帰ればお母さんも喜ぶだろう。リデンプションの導入とともにそういう事も含めて考えて頂きたい。

先程も申し上げたように簡単にリデンプションを導入すれば我々の売上げがよくなるかというとそうではなく、景品シールの管理が結果として出てこないのですよね。例えばボーリングの球を投げて券が出てきたとして、これを管理する機構に機械がなっていないので、そういうチェック管理体制が非常に難しいですよということと、商品を置くにはそれなりの在庫意識も持たなくてはいけない。またある程度したら人気のないものは捨てていかなければならない。さらにエスカレートしてカラーテレビや車まで出すというようなことも注意しないといけないと。そういうことも含めて、先程のリデンプションの答えにもなりますがもう少し違った形の、日本型のリデンプションのやり方を考えて頂きたい。

もうひとつ、許認可事業ですから、AOUでは営業時間の延長、12時を1時に延ばすということをもっとやって頂きたい。つまり対行政上の業態の改革をすすめて頂きたい。

そしてもうひとつは我々の業界は勉強不足の方が非常に多い。世の中のことを知らない方が非常に多い。私も含めてですが、もう少し勉強することがこの業態改革につながってくるのではないかと思います。

大体テトリスから、機械が売上げを引っぱってきている。むしろ我々にとっては非常に情けないことです。テトリス以前はトータルで客を引っぱってきた。テトリス以来、ストII、バーチャファイターとなってから単独の機械が1機種だけで客を引っぱっている。だから売上げが右から左に流れるだけです。私どもも、もう50を過ぎましたものですから、もっと若い人に体を使って、考えて頂いて、いろいろ提案して頂きたいと思います。

（原）　今、リデンプションについて話が出ましたが。業界内でも賛否ありますが、小形先生のご意見を聞かせて頂けますか。

AM業界は第2ステージに高付加価値商品の開発に注力！

（小形）　リデンプションが法律上も認められれば、これはマイナス要因というよりもプラス要因と見るべきだと思います。ただ上限価格というのがひとつのネックで、今UFOキャッチャーでは上限価格は500円以下になっています。リデンプションで同様に500円なら、大きな投資をして、また収益で見ても、どうでしょうか。曽我さんの言われた1000円ぐらい、又はそれ以上のものでないとやっても辛いのではないでしょうか。

ところで、先程来から価格の問題が出ていますが、メーカーである当社が考えるところを一言述べさせて頂きますと、やはり第1ステージのアミューズメント業界の在り方は過去のものになり、ここ1、2年は第2ステージのアミューズメント業界のさらなる発展を行っていこうというのが現在であろうという中で、われわれメーカーも今までと同じ手法の技術という、そういうものを使わないというだけではないなということを我々も認識しております。4月からの取り組みでも、新しい第2ステージのアミューズメント業界はどうあるべきかを当社なりに考えてみたい。

先程から皆さんの言われているのは言うまでもなくいい物を安く買いたい、またそういうものを作ってくれということですが、それはよく分かっています。しかしやはり容量の大きなものを作るとなりますと、先程編集長が言われたように多大な経費がかかる。かと言って我々の作っているものは必需品または日用品ではなく、原価を割れば売れるという商品でもない。付加価値商品を作っているわけで、たとえ原価を割って皆さんに売ってもインカムが悪ければ買ってもらえない。そういう中で開発されたものは全部市場に出ているかというとそうではない。

セガの製品の目安はロケテストをやって1日のインカムに6カ月分を掛けてその割る2、その価値体系で売れないものは市場に出すべきではないというポリシーがある。そ

ういう中で原価がいくらで、その適正利潤が乗っかっていくらかというような今までの体系で皆さんにとらえて頂きますと、メーカーはやっていけない。

　また、需要と供給のバランスで、できたソフトをみんなが欲しいというだけ渡して果してそれでいいのか、またはそういうものと適正な販売数量を設定してソフトの延命化、ライフサイクルの延命化を図り、なおかつそのパート2が出たときにそれまで使われていた機器の残存価値、それがオペレーターの方々の命ではなかろうかとも思いますが、実際に使い切った機械がどれくらいの価値があるか、そういうものがあるからこそ中古市場にそういったものが流れていく。それを皆さんが欲しいというものを出した場合に需要と供給のバランスが崩れ、その時にはライフサイクルが短くなってなおかつ先程言った方程式が成り立たなくなる。

　また先ほど言ったタイタンボード、マザーボード、こういうものは安価な価格の中でマザーボードということに徹して定期的にソフトを出していく、そういうようなこと、二極的なビジネスがこれからはっきりとしてくる中で、やはり私たちも30数年間この商売をやって来まして、どういう形態のものがいいのか実際のところ私もまだ判定できない状況なのです。

　それはなぜかと言いますと、それはやはり付加価値商品だからです。機械の高い安いではなく、その前に道具、ツール、つまり機械をどういうふうに上手く演出していくかを考えて頂けたらどうか。あとは我々メーカーサイドが企業努力をし、皆さんのご期待に沿うようにに日々要望に対応していく、対応できないところはもう消えるしかないわけですから。

　今日のセミナーはいろいろ勉強させて頂きましたし、最後に皆さんの聞きたい複合化戦略についてついでにお話しますと、千葉にありますオーツーパーク、これは日本タンクの工場跡地にできた本屋とかCD屋とか食べ物屋とかが入ったその一角に、何かもっと若者を引きつける業種をという第3セクターの方の声であそこに我々が出店しました。もう4、5年前ですかね。このオーツーパークはいまだに同じ規模で売上げが伸びている、これは今までも稀なケースです。もうひとつは大阪のATCの店、ガルボのデータがありますが、細かい数字はマル秘の書類になってまして言えませんが業種別の数字を報告させて頂きます。

　この大阪ATCは昨年の4月オープンで5月の売上げと8月の売上げが似通っているのでご報告させて頂くと、入場料は5月が14・5%だったのが8月に15・2%に上がって、大型アトラクションが3台入ってますがその売り上げが25・6%から20・5%に下がった、それから体感ゲーム、リンクしているもの、これが全部で6台あり、5月6・7%が8月6・4%に、カーニバルゲームが8・9%から8・8%、メダルゲームが14・6%から14・3%、アーケードゲームが134台入っていますが、22・3%から22・6%、物販が2・1%から2・8%、飲食が5・3%で変わらず、ということで先程から先生方おっしゃいますように複合化はやはり方向性として間違いない。大型化、アトラクションはその「大型化」ということだけ考えれば頭が痛い問題です。我々も皆さんが脅威に感じられるような大型店をあちこちに作っていくわけではありません。

　また我々はそういうものの効率化を図っていきますから、SG懇話会の総会でも提案させて頂こうかと思いましたが、小規模店、あるいは過疎地のロケーションは徐々に切り離してその地域ごとのオペレーターの方に委ねていかざるをえないかなと。またそうしていかない限り第2段階のアミューズメント業界の根本的な対応は難しいかなと思い、これから対応してまいろうかなと思っています。

（原）　小形先生、対戦ゲームについて家庭用との相乗効果という提案が出ましたが、それについてのご意見を簡単にお願いします。

（小形）　これは私一存では言えませんが、私個人の考えとしては、そろそろやってもいい時期かなと思います。

（原）　もうひとつマルチメディアについては。

（小形）　先程申し上げましたようにVSPチップがカラオケ、タイタンボードに対してのVSPチップ、これがアミューズメントセンター、そしてもう一つは家庭用のサターン、と同じチップを使って、これからはこれが各業種ごとに端末がつながっていくわけです。マルチメディアは何が大事かというと、まず面があってその上で新しい技術を構築、構想していくわけで、鶏が先か卵が先か、我々はその面を作っていこうと。いろいろなものが通信という形になっていく中で、おのずとカラオケもパッケージ型から通信というものになっていくことを考えますと、アミューズメント業界のゲーム商品もやはり通信という形になっていくと思います。

次のピーク時（98～99年）の大・中・小規模店の姿は？

（原）　それでは、太田先生、次のピークは98年から99年だというお話でしたが、その時にゲームセンターの形は現状とはどう違うものになっているとお考えでしょうか。

（太田）　大・中・小の規模で違うと思います。先程小形さんのお話にもありましたが、大型施設は当初思っていたよりも回収に期間がかかると思います。ただ大型店のメリットは何かというと、ある意味で遊園地なりディズニーランドの縮小版といった感じなので子供と一緒に行って一日過ごすことができる場面を設定することがポイントになるだろうということです。

　中型、というか郊外型の150坪～200坪という所は何かというと、お母さんの買い物ついでにお父さんが渋渋子供と一緒に時間を過ごすという形ですが、もう少し発展して子供と大人が一緒に遊べるゲームが多分出て来るだろう。手っとり早いのは百貨店の屋上にありますゲームですが、100円玉を入れて象さんが動くだけ、コストパフォーマンスが悪いなあと思うのですが、もう少しビデオゲームを使って子供とコミュニケーションを取りながらそこで時間的に言えば3時間位いを過ごせるという形になるのではないか。

　それと同じように駅前の小さなロケーションも、というか一番古くからある小型の店舗というのは、例えば土・日に奥さんがどこかに遊びに、お父さんがゴルフに行っていて残った子供がどこで時間を過ごすか、コミュニケーションを取るかという時に、今のところ無いんですよね。例えば子供にビデオを預け、サターンを預け、1日中家で遊んでいるというのが多分今の子供の過ごし方になっていると思うのですが、友達同士で遊びにいく、あるいは家族連れでもいける形になっておかないと、今までのクレーンゲームで遊んだ世代はゲームのマ



ーケットから離れていってしまうのではないかという気がします。

（原）　次のステージに即して、規模、立地的に施設ごとの棲み分け行なわれていくと受け止めてもいいでしょうか。

（太田）　例えば松下の家電系列店が全国に２万７０００店あって、それを５年くらいかけて規模別、ロケーション別に分けていったのですが、例えば小さい住宅街の店は商品を絞り込んで、ひとつひとつのマージンは少ないですが、技術革新の少ない商品に限っていますから、在庫によるリスクも少ない。それからもう少し大きい店は若者向けのＡＶ商品を入れて専門店にしていく、郊外のもう少し大きな所になると、白物を含めた品揃えをしていくという形になっていると思うので、皆様も近くに行かれたら気をつけて見て頂きたいのですが、多分アミューズメント産業も先程の大・中・小の中で、ゲーム機と言いますか、アミューズメントの機器そのものが松下の系列店とある意味で似た形になっていくのかなと思います。

駅の近くの店でＡＳ１とかが入っている状況は多分誰も想像しないわけで、そういう意味ではあまり高くなくて、かつ寿命が長いもの、具体的には今は女子高生向けの占いみたいな機械がありますが、多分主婦をターゲットとしてくるとソフトの内容としては「ゲームの３面記事クイズシリーズ」とか、そういうものを各メーカーさんが出してくるようになって、それからかなり速いスピードで、先程小形さんからお話がありましたように通信を使ってというような絵になってくるのかなという気がしております。

（原）　ありがとうございます。将来像というものについては十分話し込めなかったわけですが、時間もなくなってまいりましたので、最後に皆さん３分間位で、言い残したことなり、セミナーの感想なりをお話して頂きたいと思います。畑先生お願いします。

信頼できる同業者との情報交換　自分の直轄店での試行錯誤を!!

（畑）　私どもも小さなオペレーターにとっては、いい機械のこととか、誰かがこういうことをやったとか、いい情報を早く知って早く実行するということがメリットになってくると思います。

例えば同じＡＯＵ活動でも同じ県内の同業者はある意味では仲間ですけれども、ある意味では隣り合った店の店主という事でもあるのでなかなか踏み込んだ意見の交換はできないところがあります。私どもはＡＯＵ関連のいろいろなことで他県の方と交流できて人脈が広がって、そこでいろいろなやり方やその結果を聞ける、というようにいろいろ情報交換ができる。

そのような情報交換は、お互いにどういう形態で商売をしているかが分かっていますので、この人が言って進めたことは自分の所に入れても間違いない、ということが分かっています。いろんな意味で情報交換する、１人２人でなく、５人10人でやり取りすることが。我々のような弱小オペレーターにとって重要ではないでしょうか。決して一匹狼ではやっていけません。同業者に進められればすぐ動きやすいんです。メーカーさんから言われると見合わせてみようかなということも簡単に決断できるわけです。

ですから、信頼できる同業者と、各県にまたがっていろいろな層の方とお知り合いになっておくということは、私たち小さなオペレーターにとって非常に重要なことだと感じています。

そしてもうひとつ、何店舗かお持ちの方にぜひ提案したいのは自分の直轄店をひとつお持ちになってはどうかなということです。いろいろな同業者からの情報が入って部下と話をしてもなかなか進まないということもあるかと思います。全部見るのは不可能でも、私は自分の直轄の店をひとつ持ってその中でいろいろ実験をしています。そして、ゲーム屋さんの勘、勘と言うと問題になるかもしれませんが、時にはそれから寝返ってみてもいいのではないかなという気がします。この２つを考えて頂いても面白いことになるのではないかなと思います。

（原）　ありがとうございました。曽我先生お願いします。

規制緩和と自己努力　２つの方向で　事業改革を推進

（曽我）　私どもはホワイトカラーというよりもブルーカラーと学生を対象にしたビジネスですから、最近の中小企業の厳しい風を受けてしまう。その中で我慢しつつも、やれることは先程言った業態改革が２つ。そのひとつは対外的な管轄官庁に対してのもう少しの時間延長、景品の値上げ等の認可を組織を使って動いて頂くこと、もうひとつはもう少し勉強して隣の店と同じ機種を並べないように努力すること、そして先程先生方がおっしゃったいろんな内容面での業態改革、この２つでしばらくの間しのぎましょうと。これで結ばせて頂きたいと思います。

（原）　ありがとうございます。小形先生おねがいします。

（小形）　高度情報化社会から、今は情緒・情感集約社会が到来していると言われています。今まで機械を対象にコミュニケーションを図ってきたものが、人間の原点である人とのコミュニケーションが問題になってきています。時代の変化とともに価値観の変化も起こってきています。

　こうした中で、私たちアミューズメント産業に従事している者が忘れてはいけないことは4つあって、ひとつは様々な価値観に興味を持って好奇心を忘れないということ。聞いた話は自分の眼で、足で確かめるということ。2つ目は社会の変化を敏感に感じる洞察力を付けるということ。これは簡単なことで新聞のスポーツ欄から観るのではなく日経の一面から見るとかの習慣で身につく。3つ目は新鮮なアイデアを生み出す想像力。やってみたら面白かった、じゃあなぜ面白いのかどこがどう違うのか考えて想像力を身に付ける。そういうことの中で情報が溢れるほど存在している時代ですから、それをそのまま垂れ流しにするのではなくそれをチェックする選択眼といったものも身につけて、柔軟な頭と遊び心をミックスしてこの仕事に活用していくことが必要かと思います。

　私も休みの日にベットの上でテレビを見て過ごすのではなく、盛り場に出て街中の若者の姿を見る、街中を歩いてみる、それがとても参考になる。これからのアミューズメントセンターの運営はどうあるべきか、人と機械の融合サービス、人のもてなし方、これを原点に立ってもう一度考えてそれに対応する。それが他店との差別化につながる。大手はなかなかそういうことができない。小さな組織体の方が対応できるでしょうし、またそういったものを先取りしたほうが我々の産業の中で生き残っていける、一番金を使わないやり方ではなかろうか。こういうふうに私は考えております。

（原）　ありがとうございます。石井先生お願いします。

常に新しい工夫をそれぞれの立場で考えていきたい

（石井）　最初は、CPU戦が実際には難しくて、対戦の方が楽だというご質問がありました。確かにものによってはそういう傾向があります。ゲームセンター側の努力として、CPU戦の台だけ練習台として易しくするとかという工夫があってもいいかと思います。

　次に家庭用とアーケード用の連動ということですが、既にあるメーカーではそういう計画があるということを聞いております。

　僕らにとってゲームは、特に若い世代にとっては生活必須アイテムに近いものになってきていますが、それが付加価値商品であることは事実です。常に工夫を積み重ねて新しいというものがないと、本当に面白いというものはなかなか感じられない。ゲームというものの根本、ゲーム性の根本というものは普遍的なものがありますが、やはり常に新しい工夫を積み重ねていかないとなかなか実のとれないものです。常に新しい工夫を積み重ねて最低限面白く、楽しめるということが原点で、だからこそお金が出せるわけです。その部分をそれぞれの立場で考えていかなければならないと思います。

（原）　ありがとうございます。但野先生お願いします。

運営努力の余地は大きい　情報化にも無限の可能性

（但野）　ものには、何かをするには2つの行き方があって、積極的に、消極的に。今日はゲームセンターが一体どこまで経営努力をやっているのかという話が全体に流れていたんですが、逆の取り方をすればやってなかったのならこれからやれば良くなっていくんじゃないか、また逆に言えば、よその店は分からないけれど自分の店は良くなるじゃないかという事です。

　店舗の差別化、そのためにまず複合化があって専門化があってそれから大型化があってという話をしましたが、ここまでは立地産業であり投資産業であるということで、限定されているのですよね、できることが。複合には組み合わせが限定されており、大型化は資金が限定されておりますし、専門化というのはそれ故に限定されているわけですね。

　ところがもうひとつの情報化についてはスペースが広いか狭いかなんかは関係ないんですね。では、どういう事かと言いますと、お客の管理をどれだけしているか、例えば少し教科書的になりますが、ABC管理というのがあります。Aというのはお客の2割の人間が全体売上げの8割を占めているという形で、一般的な法則があります。これでいくと、2割とは言いませんが半数で多分8割から9割位の売上げを占めている。そういう人とぱっと来た人と皆さんどういう差別化をしているか。1枚のカードを持たせる。それに対してどういうサービスをするか。

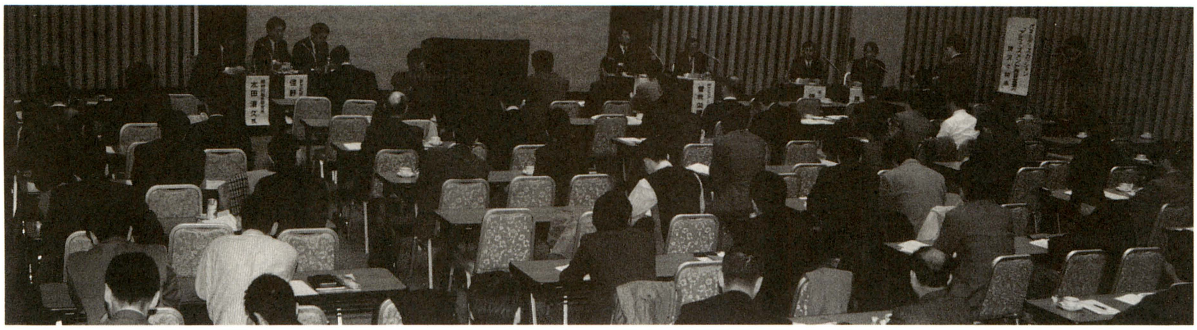
　例えば、パチンコの話をするとなんですが、あれは改装・開店の前にですね、たくさん使ってくれた人に対しての招待券なんです。その人たちだけの限定です。そういう事をやっている訳です。そうするとお客さんは「しめた」と言います。ところがAの会員になるためにはお客さんも駅前に3軒あるうちの1軒に行かなければならない。

　何とかゲームセンターのカードを持っているというところで、情報化というのはそれに期待できるわけですね。利益還元でもある。

　じゃあもっといろいろ工夫の仕方があるでしょう。つまり、相手が自分のお店でいつ、いくら落としてくれたかということが分かってくる。もしくはスコアが分かってくる。もしじゃあパソコンとカウントリーダーがあればいい訳ですよね。それにはアルバイトをちょっとつければいいだけです。カウントリーダーに読み取らせて、その人が1000円使うのであれば、1000円入力すればいいわけです。そこでいろんな人たちと差別化できるわけです。時間帯には優先、もしくは新しい機種に関しても導入時にAランクの人だけを入れてあげる。

　情報化というのはスペースは関係ないですから、メーカーがどうだとか、うちは狭いからどうだとか、というよりも無限に可能性が出てくるわけです。そういったものを皆さんのアイデアでどんどん実行していく。店舗の差別化、業態の開発というのも、何も立地ソースだけでなく、情報というものも入れて考え頂くといろいろなパターンが生まれてくるのではないでしょうか。

（小形）　ひとつ言えば、我々の会社で最近こういう提案がありました。「マイコントローラーシステム」といって、ジョイスティックでは嫌だ、自分専用のコントローラーでプレイしたいという投げかけがあって、調べてみたら結構そういうように思っている方がいました。そういうサービスも可能かもしれない、と考え



ています。

（原）　ありがとうございます。最後に太田先生お願いいたします。

少年ジャンプと少年マガジン 性格は異なるが共に頑張る

（太田）　今のは大変勉強になったんですが、多分ですね、少年ジャンプモデルと少年マガジンモデルというのがありまして、少年ジャンプというのは設定した年齢層をターゲットとしてそこから持ち上がらない。つまり、毎年1年ずつユーザーの年齢が上がっていっても、基本的には小学校高学年から中学校の初級をターゲットにしていています。

もう一方の少年マガジンは第2次ベビーブーマーを中心に世代が上がるのに合わせて中身のソフトを変えていく。これなんかは先程からの差別化の話の中でできていることですが、囲い込みというのですが、地元に密着すれば少年マガジンモデルになるでしょうし、多店舗展開の場合は少年ジャンプモデルで、例えば、高校生のゲーム好きの人であると、新しいものを試して、そこから年齢が上がってきた人はヤングジャンプ、ビジネスジャンプ、スーパージャンプと店舗を変えていくのも面白い。

雑誌の例なんですが、この2つは明確に性格が分かれていますがどちらもそれなりに頑張っている、ということを付け加えておきたいと思います。

（原）ちょうど時間になりました。まだ厳しい状況が続くといった分析です。

皆さんはお互いにライバルでありそれぞれ個別の努力をしておられることと思いますが、今日のセミナーがそうした皆さんの努力に少しでも役立ち、これからの業績を上げていかれることを願っています。本日はどうもありがとうございました。

閉講式・挨拶

東京都アミューズメント施設営業者協会

会長・駒井徳造氏



大変長時間、講師の先生方、また出席者の皆さん、誠にありがとうございました。AOU、並びにTAMOAの協賛によりますこのセミナーも今回で2回目で、どの辺までお役に立てるかは分かりませんが、今後もこうした催しは続けていきたいと思います。

今、先生方からいろいろお話がございましたが、今、我々のAM業界での不況というものは、過去のAM業界での不況とは全然違っているということが言えるのではないかなと思っております。と申しますのは、過去にインベーダーブームが去った時にそうだったとか、あるいは新風営法が施行されて底をついたとか、それはどちらかというと当業界内での問題でした。ところが現在は、業界が大きくなるとともに世の中全体の経済動向の影響を大きく受けております。アミューズメントから人々の心が離れてしまうということは特にないというふうに感じています。

そういったところから考えますと、今いろいろと先生方からご指摘があったように、我々自身でこの業界のことを考えていかないと大きな経済情勢に押し流されてしまう、というようなふうに思えておるわけです。今先程、曽我さんでしたか、機械に頼った業界だということでは今後は駄目だと、そのように思います。世の中数年前からソフトだと、ハード指向ではないのだと言われてるわけですが、我々の業界の中だけを見てみますと、オペレーションの中だけを見てみますと、やはりハード指向ではないかなと、そのように思うわけです。

その辺のところが今先生方からいろいろご指摘があったと思いますし、これを参考にして頂いて今後推移を見ながら皆さんの個々の努力を期待したいと思います。

ましてやマルチメディア、これは実際どういうふうになってくるのか誰しも分からないと思います。いろいろな先生方がいろいろなことをおっしゃってますけれども、本当にどういう形になってくるかは分かりません。しかし我々の業界にも影響は絶対にあるであろう、こういうふうに思われます。

マルチメディアの使命については本当に分からないのですけれども、その中で我々はこういうことを感じています。

例のエジソンが蓄音機を、円筒型の蓄音機を作りました。それは何で作ったか、自分の遺言をそこに入れたかったからなのです。これが今日のレコードになり、CDになっているというふうなことで、そういう意味ではマルチメディアはどういうふうになってくるか全く分からない。分からないけれどそこには大きな種がある、根がある、ということだけにそれを我々業界としてはどう捉えていくか、あるいは本当に全てのことが、自宅にいて全部ができるということになりますと、我々の業界は今度はお客様を呼んで、その「呼ぶ」ということがひとつの大きな目的になる。

いわゆるゲームだけなら自宅でもできるかもしれない、もっともいま家庭用のビデオゲームもありますけれども、それ以上のこともできるかもしれない。しかし、家を出ることによって楽しめる場を提供するというのが我々の業界だと、かように思います。

先生方のいろいろなお話をご参考にして頂き、これからの我々の業界の発展に皆様方自身が努めて頂きたい、それが相互にこの業界を盛り上げていくことになっていくのではないかな、と思います。本日は諸先生方、また出席の皆様ありがとうございました。

各地協会だより



岩手

平成6年度総会を開催 総会議案を決議 4月18日

岩手県アミューズメント施設営業者協会（佐藤義雄会長）は4月18日、平成6年度総会を開催した（岩手ふれあいランド、午後2時～、出席者6名）。

同総会での議事内容は左記の通り。

◎平成6年度会計報告

今後総会会議費を減らし活動費の充足を図る。

◎平成6年度事業活動報告

NHKを通じ阪神大震災被災者へ義援金20万円を送る。

◎平成7年度会計

今年度会費は地域オペレーター3万円、広域オペレーター5万円とする。

◎平成7年度事業計画

県警への働きかけにより防犯協会へ加入。

◎その他

新規会員勧誘運動の強化

青森

平成7年度第1回総会を開催 5月18日

青森県アミューズメント施設営業者協会（中村緑会長）は5月18日、平成7年度第一回総会を開催した（青森市・割烹百代、午後4時～、出席者10名、委任状2名、メーカー出席7社）。

◎会長挨拶◎議事録作成者選出の後議事に入り、◎平成6年度事業報告、◎同決算報告、◎監査報告があり、これを承認。続いて◎平成7年度事業内容、◎同予算案を審議。更に、AOU店舗管理者研修会への参加者5名を選出。新監事にアイレム㈱・津軽氏、㈱タイトー・小鹿氏を選出した。

総会後、メーカー出席者による営業タイムが設けられ、総数16名による情報交換を行なった。

宮城

臨時理事会を開催 陳情案等を決議 5月12日

宮城県アミューズメント施設営業者協会（遠藤昭康会長）は5月12日、臨時理事会を開催した㈱タイトー仙台営業所内会議室、午後7時～9時、出席者6社8名、内2名委任）。

同理事会の審議内容は左記の通り。

◎新規会員勧誘委員会の設置について

・案内書等配布後のフォローの強化
・現在未加入者のピックアップの優先
・趣旨を明確にしての勧誘活動

◎特別な日の増加について

下記の期間の営業時間を一時間延長する陳情案を決定（日・祭日の前日、1月1日～1月15日、4月29日～5月5日、8月10日～8月20日、業界で定めるゲームの日）。

◎その他

以下の通り意見が出された。

・16歳未満者の退店時間の1時間延長
・風営8号営業の許可手続に要する日数の短縮
・複合店舗の駐車場仕切義務の緩和

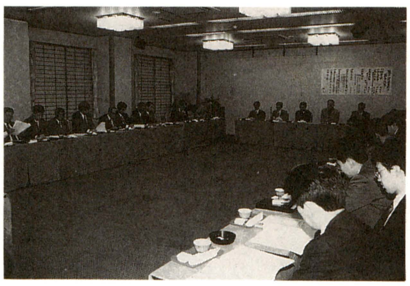
群馬

第12回通常総会を開催 総会議案を決議 5月16日

群馬県アミューズメント施設営業者協会（長井日本機会長）では5月16日、第12期通常総会を開催した（伊香保温泉・古久家、午後3時～、出席者会員26名、メーカー15名）。長井会長、来賓の群馬県防犯協会・金山専務理事、顧問・土田武氏挨拶の後、新会員の2社（㈱シグマ、㈱ウエップシステム）の紹介、協会担当者の変更が報告され、その後、次の議事について審議が行なわれた。



長井日本機会長



第12回通常総会の模様

◎平成6年度事業報告及び決算報告

◎平成7年度事業計画案及び予算案

以上について質疑応答が行なわれ、承認された。尚、今年度の事業計画で毎年、協会として参加している前橋七夕まつりへの参加について会員から様々な意見が寄せられ、理事会で審議されることとなった。

◎新製品紹介

メーカー14社の担当者が会員にカタログ等を配布。新製品の紹介等が行なわれた。

また、翌20日には同所において理事会も開催された。

山梨

例会を開催 規制緩和等について話し合う 5月10日

山梨県アミューズメント施設営業者協会（日達健会長）は5月10日、例会を開催した（甲府バイパス〝ステーキ宮〟、午後1時～3時、8社8名出席）。

同例会での議事内容は左記の通り。

◎理事会及び総会について

◎「チケット制」及び規制緩和について

◎ゴールデンウィーク中の動向について

また、その他の情報交換が行なわれた。

静岡

例会を開催 委員会報告等を行なう 5月19日

静岡県アミューズメント施設営業者協会（曽我栄蔵会長）は5月19日、例会を開催した（浜名湖・舘山寺温泉サゴーロイヤルホテル、35名出席）。

例会に先立ち午後3時30分より役員会が開催され、続いて午後4時から例会が開催された。例会での議事内容は左記の通り。

◎委員会報告

◎各社近況報告

◎メーカー紹介

東京

今年1回目の情報交換懇親会を開催 4月18日

東京都アミューズメント施設営業者協会（駒井徳造会長）では、4月19日、情報交換懇親会を開催した（福島県いわき市・新つた旅館、午後3時20分～、出席者34社36名、事務局・桐谷克己事務局長）。

会議に入る前に駒井会長が挨拶。まず、阪神大震災の義援金について会員から160万円、ゲーム場での一般からの募金が500万円となったこと、また兵庫県の協会に対してはTAMOAの会計の中から50万円を拠出し、メーカーなど有志から集まった見舞金と合わせ計800万円がAOUを通じ送金されたことが報告された。

◎AOU－TAMOAシールの件

会員がスムーズに許可申請出来るようにと、昨年末の通常総会で提案のあったAOU－TAMOAシールが5月1

日より実施されることが報告された。

　このシールは健全な営業を行なっているTAMOAの会員であることを明確に表示するためのもので、会員は申請の際シールを貼った申請資料の表紙コピーを事務局に提出し、それを事務局から本庁へ提出する。尚、発行手数料は2000円（会員負担）となっている。



駒井徳造会長



情報交換会の模様

　また、別件として新会員の入会は今後、会員2社の推薦が必要になることも報告された。

　このほか、5月24日の「障害者ふれあいアミューズメントフェスティバル」の件や「ゲームの日」制定に関する件、今後の活動についての報告や意見交換が行なわれた。

岐阜

理事会を開催　会員増加等について話し合う　5月9日

　岐阜県ゲーム機オペレーター協会（真鍋巧会長）は5月9日、理事会を開催した（岐阜市・ファンタジアン4階会議室、午前10時～正午、9名出席）。

　同理事会の審議内容は左記の通り。

◎本年度の反省

　風俗営業適正化法の定める原点に戻って、自己啓発をし、遵法精神を育てていくことが確認された。

◎協会運営の適正強化と会員の増加について

　会員加入については、協会役員が年1人1社をメドに努力することが確認された。

◎勉強会について

　会員相互の知識の向上をはかる意味において、年1回の勉強会を年2回開催にする。

◎防犯協会加入について

　加入の是非について審議。

愛知

平成7年度総会を開催　役員改選を行なう　5月9日

　愛知県アミューズメント施設営業者協会（位田宗一会長）は5月9日、平成7年度通常総会を開催した（名古屋市中小企業振興会館4階・第3会議室、午後1時30分～、29名出席、20名委任出席）。

　総会に先立ちリーダーセミナー、県警本部生活安全局・原田茂雄課長の祝辞があり、その後左記の議題が審議された。

◎平成6年度決算・活動報告

　参加者一同の拍手を持って承認された。

◎平成7年度予算案・活動計画案

　それぞれ事務局からの説明が行なわれた。

　他に役員の改選が行なわれ、㈱エフジィエル・服部清二氏が新理事として加入した。その後、厚生年金基金についての講演会が開催された（～4時30分）。

兵庫

理事会を開催　「防災パンフレット」の作成等につき検討　5月17日

　兵庫県アミューズメント施設営業者協会（尾上道郎会長代行）は5月17日理事会を開催した。（神戸市・神戸産業振興センター・8階会議室、午後1時～5時、出席者・16名）

①「見舞金」の使途について

　見舞金の会員への配布状況につき報告があり、残額約400万円の使途を検討。特別災害復興委員会（松村芳樹委員長）より「防災パンフレット」作成の提案と原案の説明があり、検討の結果、消防署等の同種資料を収集し、更に内容を練り直すと共に、全国に配布することを前提に、AOUとも連繋をとりつつ進めることとなった。

②AOU全国大会の招致

　近い将来、神戸市及びその近郊の復興が成った頃を目途に、AOU全国大会を兵庫県に招致開催しては、との提案があり、それに備えるためにも今後の同大会には、理事4～5名を派遣していくこととなった。

③専門委員会活動内容の再検討

　現在、◎運営・法務、◎健全業推進、◎研修・厚生、◎広告・事業、の4つの専門委員会が設けられているが、それぞれの活動内容に重なる部分もあり、次回にその内容を検討整理することになった。

④その他

◎AOU通常総会（出席・尾上会長代行、松村副会長）の報告。

広島

第10回通常総会を開催　総会議案を決議　4月21日

　広島県アミューズメント施設営業者協会（平本将人会長）は4月21日、第10回通常総会を開催した（広島YMCA、午後4時～5時、出席者13名、委任状9名）。



通常総会の模様

　会長より「平成6年度事業で、アジア競技大会選手村へのゲーム機無償提供と地元で開催した店舗管理者のための青少年指導員要請講座は、業界イメージアップに大きく貢献したことへの謝意と、更なるイメージアップを図るため、本年度は身体障害者を招聘してのゲーム大会のイベントも計画している」旨の挨拶のあと、左記の議題を審議した。

◎平成6年度事業報告及び決算報告並びに監査報告について

◎平成7年度事業計画案及び予算案について

　障害者ゲーム大会等について全員の賛同を得た。ゲーム大会についてはAOU総会で事業計画が決定した時点で、協議をすることを申し合わせた。

◎来賓入場と紹介

　来賓は次の4名。

▽県警本部生活安全部少年課・藤井照三管理官兼少年指導官

▽同・吉田郁子課長補佐

▽生活安全部安全企画課・阿部光治課長補佐

▽同橋本敬司係長

　この後、阿部補佐による、「8号営業で守るべきことがら及び少年非行の防止」と題した講演が行なわれた。

沖縄

理事会を開催　平成6年度決算等を決議　4月17日

　沖縄県アミューズメント施設営業者協会（仲順利治会長）は4月17日、理事会を開催した（沖縄ベンダース内、午後2時～4時、出席者8名）。

　同会では平成6年度の決算、優良従業員の表彰などを主な議題として審議された。

大阪 第11回定時総会を開催 5月19日



大阪府アミューズメント施設営業者協会は5月19日、第11回定時総会を開催した（大阪市中央区・ホテル「ホリデイイン南海大阪」金剛の間、午後5時～6時、出席者90名《含・委任状66》）。

1．開会ご挨拶

「業況の低迷が続いていますが、第11回の定時総会を迎えるまでに至りました。逆風の中でも我々は健全営業を活動の柱として進めて参りたいと思います。尚、3月20日に開催を予定していました障害者ゲーム大会が、阪神大震災により延期せざるを得なくなりました。8月の下旬には開催の予定ですが、これにつき会員の㈱スポーツセンター21世紀の土井社長より100万円のご寄付を頂きました。この席で厚く御礼申し上げます。どうもありがとうございました。（拍手）

今後共、健全営業と共に組織の拡充を達成していける協会を目指したいと思いますので、本日のご審議もそれに向けてよろしくご協力をお願い致しまして、ご挨拶とさせて頂きます」。

4．議案審議

①平成6年度事業報告
②平成6年度収支報告
全員承認。
③定款一部改訂の件
「役員の選任」につき、「顧問」に加え「相談役」の役職を設ける。
④平成7年度事業計画（案）
⑤平成7年度収支予算（案）
全員承認。
⑥理事選任
⑦監事選任

議長が候補者を紹介し、原案通り承認。

梅原議長より「設立以来約10年、会長として皆様方と共に歩んできましたが、この際会長職を辞任し、後任会長として、㈱ユウビス社長《川楠俊太郎氏》にお願いしましたところ、快くお引き受け頂きました。私同様よろしくご支援賜ります様お願い致します」と報告を行なった。


川楠俊太郎新会長

続いて、川楠新会長より「快くお引き受けさせて頂きましたが、前会長の後を受け大任を任され身の引き締まる思いがします。誠心誠意取り組んで参りますので、皆様のご協力をよろしくお願い致します」と挨拶があった後、理事会で選任の副会長と梅原靖三氏、峯久氏に相談役委嘱を報告した。

◆来賓祝辞

◎大阪府議会議員 八木ひろし氏

◎大阪府警察本部生活安全部保安第一課課長 居上善彦氏


前・大阪府議 八木ひろし氏　大阪府警本部保安第一課 課長 居上善彦氏　管理官 福元 好氏

◆感謝状贈呈

◎川楠新会長より梅原前会長、峯元副会長（共に相談役）に感謝状を贈呈。




相談役 梅原靖三氏　相談役 峯 久氏

香川 第11回通常総会を開催 定款改定を審議 5月9日

香川県アミューズメント施設営業者協会（外山喜平会長）は5月9日、第11回通常総会を開催した（高松テルサ、午後4時～5時、出席者7名）。

◎平成6年度活動状況報告及び収支報告

◎平成7年度収支予算案

◎平成7年度事業計画案

◎定款改定（準会員・賛助会員の規定追加）

以上、異議なく承認された。

岡山 理事会を開催 従業員表彰等を行なう 4月18日

岡山県アミューズメント施設営業者協会（松田次雄会長）は4月18日、理事会を開催した（午後4時～、出席者16名）。

審議内容は次の通り。

◎優良従業員表彰について

◎AOUステッカーについて

◎桃太郎祭について

4月15日・16日に開催された同祭に出店した報告がなされた。

◎親睦旅行の件

今回は済州島に決定した。

鹿児島 第25回総会を開催 活動経過報告等を行なう 5月10日

鹿児島県アミューズメント施設営業者協会（政須美夫会長）は5月10日、第25回総会を開催した（ホテルニューカゴシマ、午後3時15分～4時、13名出席、1名委任）。

審議に先立ち当日KAOに加入した㈱長島商事・久下氏より入会の挨拶があり、その後左記の議題が審議された。

◎平成6年度活動経過報告及び収支決算報告

収支決算報告については、水口監事より報告が行なわれた。

◎平成7年度活動方針案及び収支予算案

◎役員改選

現正会員役員全員の再選が承認された。また、女性役員2名を含む現順会員部会役員14名については、理事会で承認されたことが報告された。

続いて午後4時過ぎより喫茶部会合同の総会、県警本部生活安全企画課・岡田理事官、黒課長補佐、森山係長、県防犯協会・松永専務理事を来賓に迎えての研修会が行なわれた。

東京 障害者ふれあいアミューズメント・フェスティバルを開催（5/24）



東京都アミューズメント施設営業者協会（駒井徳造会長）は5月24日、浅草花やしきに於いて「障害者ふれあいアミューズメント・フェスティバル」を開催した。（24頁参照）

東京都協会が「浅草花やしき」に障害者290人を招待

「障害者ふれあいアミューズメント・フェスティバル」を開催（5/24）

東京都アミューズメント施設営業者協会（略称・ＴＡＭＯＡ、駒井徳造会長）ならびに東京都障害者作業所連絡会（松本喜和事務局長）は去る５月24日、浅草花やしきに於いて「障害者ふれあいアミューズメント・フェスティバル」を開催した。（後援・東京都社会福祉協議会）

このイベントは、普段アミューズメントに触れる機会の少ない障害者達にも遊戯施設の雰囲気や、ゲームの楽しさを体験してもらおうという意図から企画されたもの。

参加人数は介添者を含め290人。「Ｃ・Ｃ・Ｍ」「共同作業所ＭＥＷ」「まゆの家」「のびのび作業所」「町田かたつむりの家」など計12団体の障害者施設作業所が、このイベントに招待された。

10時30分、上野公園口に集合した一行は、貸切りバスで会場の浅草花やしきへ移動。会場ゲートで実行委員から目印となる帽子が手渡された後、入場となった。

主催者挨拶、くす玉割り、開会セレモニーが会場中央広場で催された後は自由時間。最初こそ戸惑っていた園生達も関係者、介添者の協力を得て、思い思いのアトラクションを楽しんだ。

また、午後から中央広場にて花やしき劇団による「着ぐるみショー」を開催。これには園生達も大喜びで、中にはぬいぐるみと一緒に踊りだす園生も現われ、和やかな雰囲気に包まれた。

15時イベントが終了。閉会式では駒井徳造会長より、

「皆さん、今日は本当にお疲れさまでした。事故もなく無事終了できましたのも、一重に関係者のご協力があってこそだと思います。今後もこのようなイベントを増やしていきたいと思います」と挨拶。

また、松本喜和事務局長は、

「今日は、本当にありがとうございました。こんなに素晴らしいイベントに招いて頂きうれしく思います。園生達も大変喜んでおります。ぜひ機会があればまたお誘い頂きたいです」とＴＡＭＯＡ会員ならびに関係者一同に感謝の挨拶があった。

また、イベント終了後、園生・介添者に当日の感想を聞いてみたところ、

「見ての通り、家の子は足が不自由なので、当初は心配していましたが、皆さんの協力のおかげで無事参加できました。これからは、こういったイベントがあれば積極的に参加させるつもりです。本当に今日一日は有意義なものになりました。ありがとうございます」という喜びの声や、

「まだまだ私達、身体障害者が一般の人と一緒に利用できる施設は限られている訳ですが、現在よく町で見かけるアミューズメント施設は、今日のようにサービスが徹底されているのでしょうか？　もし、そうだとすれば子供も喜びますし、連れていきたいです」といった声が挙がった。

園生退場後は大会関係者一同、花やしきアーナンダホールに於いて打ち上げを行ない、大会の無事を祝った。


開会式で「くす玉割り」



介添者の協力を得て思い思いのアトラクションを楽しむ。




花やしき劇団による「着ぐるみショー」では、ステージから降りた着ぐるみと触れ合う。